

2019 hat stark begonnen – auch ohne Investor

Gernot Becker, Geschäftsführer des Messespezialisten mac, blickt im exklusiven Interview auf das turbulente Vorjahr zurück

■ Langenlonsheim. Christian Lindner hätte es vielleicht so ausgedrückt: „Es ist besser, nicht zu verkaufen, als falsch zu verkaufen.“ Das Jahr 2018 lässt sich aus Sicht des Langenlonsheimer Messespezialisten mac durchaus mit dem - abgewandelten - Zitat des FDP-Bundesvorsitzenden auf einen Nenner bringen. Die Pieroth-Beteiligungsgesellschaft (PBG), Eigentümer der Langenlonsheimer Firma, hatte mac im Januar offensiv zum Verkauf auf dem Markt platziert; im Oktober 2018 wurde der Plan dann verworfen, es blieb sozusagen alles beim Alten.

Wie aber geht es mac nun einige Monate nach dieser Entwicklung, die sich die Langenlonsheimer ursprünglich anders vorgestellt hatten, in der sie letztlich aber auch eine Chance sehen wollten und konnten? In einem seiner seltenen Interviews äußert sich Gernot Becker, Geschäftsführer Vertrieb, Marketing und PR bei mac, exklusiv im „Öffentlichen“ gut fünf Monate nach den abgebrochenen Sondierungen zum turbulenten Jahr 2018 und zur mac-Zukunft.

Das Jahr 2018 ist für mac nicht so gelaufen wie es sich das Unternehmen vorgestellt hatte. Wie würden Sie es zusammenfassen?

Es war für uns als Management eine Herausforderung. Der Prozess, der zu Beginn des Jahres eingeleitet wurde, war neu für mac. Wir hatten mehrere potenzielle Investoren bei uns zu Gast, die unmittelbaren Einblick bekommen haben. Das waren wir als Management permanent gefordert. Es ging auch darum, die Mitarbeiter immer

über den aktuellen Stand zu informieren, denn wenn vorab etwas herausgekommen wäre, dann wäre das das Schlimmste gewesen, was man sich in unserer Branche vorstellen kann. Als dann die Entscheidung gefallen ist, dass es mit keinem Investor zu einer Einigung kommen wird, war das in diesem Moment gut, denn es war wichtig, dass jeder wusste, woran wir sind. Auch wenn man sagen muss, dass das Thema insgesamt in dieser Zeit für viel Unruhe gesorgt hat. Aber das ist mittlerweile kein Thema mehr. Wir hatten ja immer eine Strategie, einen Plan B. Und den setzen wir jetzt um.

Wie hat sich die Unruhe denn geäußert?

Mit dem Tag der Entscheidung war zwar eine große Erleichterung zu spüren bei unseren Mitarbeitern, aber es gibt natürlich auch noch die Leute, die heute noch danach fragen, wie es damals gelaufen ist. Aber das passiert vereinzelt. Es gab während der Investorensuche natürlich auch Phasen, in denen es intern schlicht nichts zu kommunizieren gab, das hat natürlich einige Kollegen beschäftigt, die sich fragten, wie denn nun der Stand der Dinge ist. Wie gesagt, es war gut, als eine Entscheidung gefallen war. Und wichtig war auch, dass wir als Unternehmen einen super Start ins Jahr 2019 hatten, mit vielen tollen Projekten. Wir haben die Ärmel hochgekrempt, so wie wir das immer machen.

Wie haben Sie das Jahr 2018 persönlich erlebt, als Mann, der für mac die Verantwortung trägt?



Die bunte Messe-Welt des Unternehmens mac: Diese Projekte auf den Messen Bau (von links oben, im Uhrzeigersinn) und Domotex hat der Spezialist aus Langenlonsheimer in diesem Jahr umgesetzt und dadurch laut eigener Aussage einen starken Start hingelegt. Fotos: mac (2), Bernadette Grimmerstein, Becker Lacour

Ich habe während der Verhandlungen sehr viel gelernt, für das Unternehmen, für die Struktur bei mac. Natürlich hat man in dieser Zeit auf viel Urlaub oder Wochenende verzichtet, aber das habe ich gern gemacht, weil ich an mac glaube.

Andreas Pieroth, Beirat der Eigentümergesellschaft PBG, zu der die mac gehört, sagte direkt nach der Entscheidung gegen einen externen Investor: „Wir haben eine Zukunftsplanung erarbeitet, die eher mit einem leichten Personalaufbau verbunden ist.“ Wie ist der Stand der Dinge?

Wir haben konstant ein Zahl von 400 Mitarbeitern, die immer geringfügig schwankt, mal fünf mehr, mal fünf weniger. Wir bilden 54 Azubis in 13 Berufen aus, was uns die Zukunft sichern sollte. Sie bekommen schließlich heute am Markt keinen Elektriker oder Tischler mehr, deswegen sorgen wir selbst für Nachwuchs. Wir unterliegen als Messespezialist einem gewissen Zyklus, jedes Jahr bietet andere Veranstaltungen und Herausforderungen. Aber prinzipiell gilt, dass mac auf Wachstum ausgerichtet ist. Wir wollen Kompetenz anbieten, unsere Kunden erwarten das, gerade, was das weite

Feld der Digitalisierung betrifft. Das braucht es natürlich Spezialisten, und wenn wir merken, dass wir diese brauchen, werden wir uns natürlich verstärken.

Sie haben von einem guten Start ins Jahr gesprochen. Wie ist der genau verlaufen?

Wir haben im Januar bei der Bau in München (Messe für Architektur, Materialien und Systeme, Anm. d. Red.) 27 Stände realisiert und tolle neue Kunden gewonnen. Das wurde alles schon im vergangenen Jahr vorbereitet. Von daher gab es einen fließenden Übergang. Auf

Neue mac-Niederlassung eröffnet am 1. April in Hamburg

Das Langenlonsheimer Messebau-Unternehmen mac will trotz der gescheiterten Investorensuche im vergangenen Jahr weiter wachsen - und wird dies bereits zum 1. April tun: Dann wird mac eine neue Niederlassung in Hamburg eröffnen - mit zunächst einem Mitarbeiter, der sich um den Vertrieb kümmern wird. „So etwas steht und fällt immer mit den handelnden Personen. Man benötigt jemanden, der aus der Szene kommt, der weiß, worauf es bei Messen ankommt, der zudem aus der jeweiligen Region kommt.

der Domotex (Messe für Teppiche und Bodenbeläge, Anm. d. Red.) haben wir eine Sondershow gebaut, für SAP haben wir ein Kick-off-Event in Barcelona realisiert. Wir konnten den Schwung mitnehmen in die weiteren Monate, und der April ist traditionell ein starker Monat, etwa mit der Bauma in München (Messe für Baumaschinen, Baustoffmaschinen, Bergbaumaschinen, Baufahrzeuge und Baugeräte, Anm. d. Red.). Der Start war schon mal besser als in den vergangenen Jahren, über die zweite Jahreshälfte lässt sich noch nicht so viel sagen, denn das Messege-

Wir haben für diese Region aber nun einen passenden Mitarbeiter gefunden. Ziel ist es, noch näher an die Kunden ranzurücken, als Ansprechpartner vor Ort. Es ist dabei eine Ausdehnung bis nach Berlin geplant“, erläutert mac-Geschäftsführer Gernot Becker. Man habe in den mac-Niederlassung in München und Stuttgart ähnlich begonnen. „In München sind wir mit einem Mitarbeiter gestartet, mittlerweile sind es vier“, sagt Becker. Ähnliche Ziele gibt es perspektivisch nun auch in Hamburg. ce

schäft hat sich dahingehend verändert, dass Entscheidungen über Stände nicht mehr fünf, sechs Monate im Voraus fallen, sondern sieben, acht Wochen.

Was macht Sie zuversichtlich, dass das Messengeschäft im Zeitalter des Internets weiter zukunftsfähig bleibt?

Wir haben vor Jahren mal einen Kunden verloren, der sagte, dass er seinen Vertrieb jetzt über das Internet macht. Wenn man sich die Erhebung anschaut, die der Auma (Verband der deutschen Messewirtschaft, Anm. d. Red.) mit 500 Unternehmen erstellt, dann ist klar zu sehen, dass das Internet die Nummer eins ist, Messen aber direkt dahinter als Nummer zwei folgen. Das ist ein zweiter Platz, mit dem wir sehr gut leben können, denn es ist ein Platz, der seit Jahren stabil ist. Und wenn man sich anschaut, dass Städte wie München, Frankfurt oder Düsseldorf ihre Flächen modernisieren mit Blick auf das Messengeschäft, dann wissen wir, dass das Geschäft weiter laufen wird und wir auch weiterhin eine gewisse Auslastung erzielen werden.

Das Gespräch führte unser Redakteur Christoph Erbeling



Geschäftsführer Gernot Becker blickt trotz eines turbulenten Jahres 2018 zuversichtlich in die Zukunft des Unternehmens mac. Foto: Christoph Erbeling