



LEONI



SIEMENS



CENTA

LEXIKON DER DEUTSCHEN WELTMARKT FÜHRER

VOITH

Dräger

ebmpapst



Die Königsklasse deutscher Unternehmen in Wort und Bild.
Herausgegeben von Florian Langenscheidt und Bernd Venohr

DÜRR

B BRAUN

GROHE

DEUTSCHE
STANDARDS

Henkel

Heraeus

BÜNGHEINRICH



SCHENCK

leitz

STIHL

D I E P A R T N E R D E S P R O J E K T S



COMMERZBANK



manager magazin
Wirtschaft aus erster Hand

vdi nachrichten

ADP
Menschen machen Erfolge.



FESTO

pilz

CLAAS

RECARO



INHALT

■ Herausgeber Datenbank	4
■ Beirat	5
■ Partner	6
■ Buchdaten	7
■ Buchpremiere Presseaktivitäten . . .	7
■ Weltmarktführer-Schwinge	8
■ Siegel	8
■ Merchandising	9
■ Redaktionelles Konzept	10
■ Versionen der Einträge	12
■ Beispielpräsentation	14

KONTAKT



■ Chefredaktion
Olaf Salié
Fon 0221.4543200
salie@deutsche-standards.de



■ Vertriebsleitung
Kristina Reinbothe
Fon 0221.4543222
reinbothe@deutsche-standards.de

■ SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,



Dr. Florian Langenscheidt



Prof. Dr. Bernd Venohr

derzeit lässt sich allerorten wieder eine Aufbruchsstimmung feststellen, die mehr widerzuspiegeln scheint als reines Sentiment. Es zeigt sich, dass die deutsche Wirtschaft – verglichen mit anderen Volkswirtschaften – insgesamt den Auswirkungen der globalen Wirtschaftskrise weit besser standgehalten hat, als es ihr auch gestandene Analysten zugetraut haben. Nach und nach schalten wichtige Indikatoren auf Grün, und einmal mehr liefert sich Deutschland im Kampf um den Titel

Exportweltmeister ein Kopf-an-Kopf-Rennen mit China. Hierbei wird häufig die Einzigartigkeit und Leistungsfähigkeit des Mittelstands unterschätzt. Denn die großen DAX-Konzerne wie BASF, Siemens, SAP oder Volkswagen bilden beim Export lediglich den oberen Teil einer Pyramide, deren Basis sich aus rund 1.400 deutschen Mittelständlern zusammensetzt. Bezogen auf rund 4.000 weltweite Marktsegmente heißt das: In jedem dritten Marktsegment weltweit nimmt ein deutsches Unternehmen eine Spitzenposition ein. Darunter befinden sich hoch spezialisierte Technologieführer, Hidden Champions, die oft nur Brancheninsidern bekannt sind. Das vorliegende Buch lüftet das Geheimnis des deutschen Exporterfolges, indem es einen exklusiven Einblick in die an Breite und Tiefe weltweit einzigartige deutsche Unternehmenslandschaft liefert.

In einem repräsentativen Querschnitt über alle Branchen und Unternehmensgrößen stellt es 1.000 Weltmarktführer vor: Es sind „die Besten der Besten“, Unternehmen, die sich in ihrem Marktsegment auf dem Weltmarkt durchgesetzt haben. Es sind Unternehmen, deren wahren Qualitäten sich nicht auf spiegelglatter See, sondern erst in rauen Gewässern zeigen. Denn gerade die oft gründer- oder familiengeführten mittelständischen Unternehmen müssen sich im Kurs nicht von vordergründigen Shareholder-Value-Interessen beirren lassen – und sind flexibel genug, den Kurs schnell zu ändern, wenn es die Umstände erfordern. Sie bilden das viel zitierte Rückgrat der deutschen Wirtschaft.

Ihnen ist das vorliegende Buch gewidmet; nicht zuletzt mit dem Ziel, die öffentliche Wahrnehmung für ebenjene vorbildlichen Mittelständler zu schärfen, die sich auf den Weltmärkten eine führende Position erarbeitet haben und denen unser Land Stabilität und Wohlstand – auch in turbulenten Zeiten – verdankt. Dies wollen wir im Rahmen einer medienübergreifenden Strategie auch durch eine extensive Pressekampagne erreichen, wobei Buch und Kampagne eingebunden sind in ein Netzwerk prominenter Partner und Förderer, zu denen unter anderem das manager magazin, VDI nachrichten sowie die Initiative „Deutschland – Land der Ideen“ zählen. Federführend begleitet wird das Projekt vom BDI, der auch neben der Commerzbank und dem Bankhaus Metzler die Gastgeberrolle der einzigartigen Buchpremiere im Rahmen der Buchmesse 2010 übernehmen wird.

Mit herzlichen Grüßen

■ DIE HERAUSGEBER



Dr. Florian Langenscheidt

Dr. Florian Langenscheidt (geb. 1955) studierte Germanistik, Journalismus und Philosophie in München. Er promovierte über Werbung. Nach Kompaktseminaren über Verlagswesen und Medien in Cambridge sowie zweijähriger publizistischer Tätigkeit in New York machte er den MBA an INSEAD in Fontainebleau. Florian Langenscheidt hält mehrere Aufsichtsratsmandate, ist Vorstandsmitglied der Atlantikbrücke, Stiftungsrat im WWF und Vorstandsvorsitzender von CHILDREN. Er ist zudem Gründungsmitglied des BRAND CLUB und Sprecher des Kuratoriums Deutscher Gründerpreis. Darüber hinaus ist er Verfasser mehrerer Bücher, schrieb zahlreiche Zeitungsartikel und Kolumnen zu verschiedenen Themen und hat u. a. das Deutsche Markenlexikon sowie das Lexikon der deutschen Familienunternehmen herausgegeben.

Dr. Florian Langenscheidt (geb. 1955) studierte Germanistik, Journalismus und Philosophie in München. Er promovierte über Werbung. Nach Kompaktseminaren über Verlagswesen und Medien in Cambridge sowie zweijähriger publizistischer Tätigkeit in New York machte er den MBA an INSEAD in Fontainebleau. Florian Langenscheidt hält mehrere Aufsichtsratsmandate, ist Vorstandsmitglied der Atlantikbrücke, Stiftungsrat im WWF und Vorstandsvorsitzender von CHILDREN. Er ist zudem Gründungsmitglied des BRAND CLUB und Sprecher des Kuratoriums Deutscher Gründerpreis. Darüber hinaus ist er Verfasser mehrerer Bücher, schrieb zahlreiche Zeitungsartikel und Kolumnen zu verschiedenen Themen und hat u. a. das Deutsche Markenlexikon sowie das Lexikon der deutschen Familienunternehmen herausgegeben.

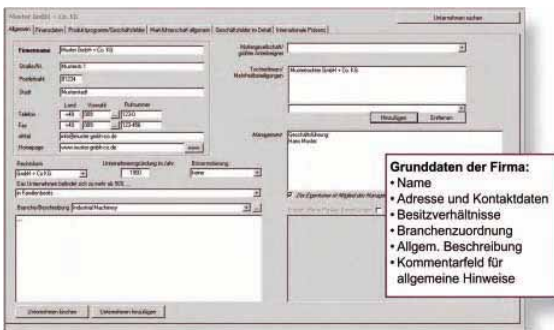


Prof. Dr. Bernd Venohr

Prof. Dr. Bernd Venohr (geb. 1959) gilt als einer der profiliertesten Analysten und Kenner der Erfolgsunternehmen der deutschen Wirtschaft. Die von ihm initiierte Datenbank „Deutsche Weltmarktführer“ bildet die Grundlage für das Lexikon. Als Unternehmensberater verfügt er über eine langjährige praktische Erfahrung, u. a. durch seine Tätigkeit bei der Strategieberatung Bain & Company, wo er zuletzt als Senior Partner und Mitglied des weltweiten Board of Directors tätig war. Heute berät er Gesellschafter, Geschäftsführer/Vorstände und Investoren bei der Entwicklung und Umsetzung von Strategie- und Organisationskonzepten. Neben seiner Beratungstätigkeit lehrt Bernd Venohr Strategisches Management an der Hochschule für Wirtschaft und Recht in Berlin und publiziert und referiert regelmäßig zum Thema „nachhaltiger Unternehmenserfolg“.

Prof. Dr. Bernd Venohr (geb. 1959) gilt als einer der profiliertesten Analysten und Kenner der Erfolgsunternehmen der deutschen Wirtschaft. Die von ihm initiierte Datenbank „Deutsche Weltmarktführer“ bildet die Grundlage für das Lexikon. Als Unternehmensberater verfügt er über eine langjährige praktische Erfahrung, u. a. durch seine Tätigkeit bei der Strategieberatung Bain & Company, wo er zuletzt als Senior Partner und Mitglied des weltweiten Board of Directors tätig war. Heute berät er Gesellschafter, Geschäftsführer/Vorstände und Investoren bei der Entwicklung und Umsetzung von Strategie- und Organisationskonzepten. Neben seiner Beratungstätigkeit lehrt Bernd Venohr Strategisches Management an der Hochschule für Wirtschaft und Recht in Berlin und publiziert und referiert regelmäßig zum Thema „nachhaltiger Unternehmenserfolg“.

■ DIE DATENBANK



Grunddaten der Firma:
 • Name
 • Adresse und Kontaktdaten
 • Besitzverhältnisse
 • Branchenzuordnung
 • Allgem. Beschreibung
 • Kommentarfeld für allgemeine Hinweise

Die Datengrundlage des Lexikons bildet eine einzigartige Datenbank, in der ca. 1.400 deutschen Unternehmen, die in ihren Marktsegmenten weltweit eine führende Position einnehmen, verzeichnet sind. Diese Datenbank enthält neben Angaben zur Marktposition wichtige Finanzzahlen sowie zahlreiche weitere Firmenmerkmale wie die Branchenzuordnung und den Auslandsanteil. Auswahlkriterium für die Firmen ist eine Position unter den Top 3 Unternehmen in einer bestimmten Branche weltweit.

■ DER BEIRAT

Die Herausgeber und die Redaktion werden bei der Arbeit inhaltlich begleitet durch einen hochkarätigen Beirat. Namhafte Vertreter aus bedeutenden Industrieverbänden, Medien, Forschungseinrichtungen und dem Finanzsektor legen mit den Herausgebern die Struktur des Lexikons fest, bestimmen die Auswahl der Inhalte als auch der Firmen und gewährleisten somit einen hohen Qualitätsstandard.

Den Beirat des Lexikons der deutschen Weltmarktführer bilden:



Dr. Arno Balzer

Chefredakteur,
manager magazin



Michael J. Huvers

Direktor und Divisional
Head Marketing/
Communication der
Mittelstandsbank der
Commerzbank AG



Prof. Andreas Kiefer

Vorsitzender der
Geschäftsführung,
ADP Employer Services



Holger Lösch

Leiter Kommunikation
& Marketing, BDI -
Bundesverband der
deutschen Industrie e.V.



Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Horst Wildemann

Lehrstuhl für Betriebs-
wirtschaftslehre,
Technische Universität
München



Matthias Wissmann

Präsident,
VDA - Verband der
Automobilindustrie e. V.



Dr. Reinhard Zinkann

Gesellschafter
und Geschäftsführer,
Miele Cie. & KG

■ DIE PARTNER



BDI: Der BDI ist die Spitzenorganisation im Bereich der Industrieunternehmen und industrienahen Dienstleister. Als Interessenvertretung der Industrie trägt der BDI bei seinen Mitgliedern zur Meinungsbildung und Entscheidungsfindung bei. Er bietet Informationen für alle Bereiche der Wirtschaftspolitik an und steht den Unternehmen im globalen Wettbewerb unterstützend und beratend zur Seite.



Commerzbank: Die in Frankfurt am Main ansässige Commerzbank ist eine Universalbank und zählt sowohl Privatpersonen als auch Firmen zu ihrem Kundenkreis. Sie gilt als wichtigster deutscher Exportfinanzierer. Seit der Integration der Dresdner Bank im Jahr 2009 zählt sie zu den führenden deutschen privaten Finanzdienstleistern.



Deutschland – Land der Ideen: Die Initiative „Deutschland – Land der Ideen“ betont die Stärken des leistungsstarken und innovativen Standorts Deutschland und wurde im Jahr 2006 unter der Schirmherrschaft von Bundespräsident Horst Köhler ins Leben gerufen. Die Standortinitiative wird von der Bundesregierung und der Wirtschaft, vertreten durch den Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) und führende Unternehmen, getragen.



manager magazin: Das manager magazin wurde 1971 als monatlich erscheinende Wirtschaftszeitschrift der Spiegel-Gruppe gegründet. Der Schwerpunkt liegt auf investigativer Berichterstattung über deutsche und internationale Unternehmen. Im Vordergrund stehen Analysen, Porträts und Enthüllungsgeschichten. Anhand von Best-Practice-Beispielen werden zudem Einblicke in die Praktiken guter Unternehmensführung gegeben.



VDI nachrichten: Die VDI nachrichten sind die meinungsbildende Wochenzeitung für Ingenieure und technische Fach- und Führungskräfte. Das wöchentlich erscheinende Magazin ist Sprachrohr des VDI – Verein Deutscher Ingenieure e. V. Neben Fakten und Analysen aus Technik, Wirtschaft und Gesellschaft wird über innovative Technologien, wirtschaftliche Rahmenbedingungen und gesellschaftliche Entwicklungen berichtet.



ADP EMPLOYER SERVICES GMBH: Das Dienstleistungsunternehmen ADP Employer Services ist der weltweit führende Anbieter von Services rund um die Personalabrechnung und das Reisekostenmanagement. Seit über 60 Jahren realisiert ADP die Auslagerung von HR-Geschäftsprozessen (Business Process Outsourcing) und bietet effiziente Lösungen für alle administrativen Aufgaben im Personalwesen.

■ BUCHDATEN

- Format: 173 mm x 245 mm, 4-c, hochwertige Fadenheftung
- Umfang: ca. 1.000 Seiten
- Papier: LuxoArt Silk, holzfrei, weiß, matt gestrichen 90 g/qm (o. ä.)
- Erscheinen: Frankfurter Buchmesse, 08.10.2010
- Sprache: deutsch
- Verlag: Deutsche Standards EDITIONEN
- Vertrieb: Gabler Verlag, Wiesbaden
- Auflage: rund 10.000 Exemplare
- Preis im Handel: 79,- Euro

■ BUCHPREMIERE UND PRESSEAKTIVITÄTEN



Ausgangspunkt der Medienkampagne ist eine große Buchpremiere zur Frankfurter Buchmesse im Oktober 2010, zu der wir zahlreiche Unternehmer einladen werden. Die Medienpartner manager magazin und VDI nachrichten werden ausführlich über die Buchpremiere berichten und das Thema auf vielfältige Weise aufgreifen. Ebenso wird unsere renommierte Presseagentur brunomedia die Medien intensiv über das Buch sowie die Premiere informieren.

Die Deutschen Standards werden das gesamte Projekt gemeinsam mit allen Partnern in einen breiten und umfassenden Medienkontext stellen. Dazu gehören, neben den klassischen PR-Instrumenten, die Verteilung der Bücher an Multiplikatoren und Meinungsführer ebenso wie die Präsenz des Lexikons in rund 230 deutschen Botschaften, Goethe-Instituten sowie 120 deutschen Auslandshandelskammern in 80 Ländern weltweit. Als Gastgeschenk wird es auf wichtigen Veranstaltungen zum Thema Wirtschaftsstandort Deutschland verteilt.



■ DIE WELTMARKTFÜHRER-SCHWINGE



Exklusiv für das Buchprojekt Lexikon der Weltmarktführer hat die berühmte Manufaktur MEISSEN eine Schwinge entworfen und hergestellt. Diese Auszeichnung ist ausschließlich den im Lexikon präsentierten Unternehmen vorbehalten und wird den Führungskräften der größten und bedeutendsten Weltmarktführer individuell auf der Buchpremiere am 8. Oktober 2010 in Frankfurt durch den Verleger und Mitherausgeber Dr. Florian Langenscheidt überreicht. Die dabei entstehenden Bilder werden den Unternehmen rechtfrei für die eigene Kommunikation zur Verfügung gestellt.



■ DAS SIEGEL



Alle präsentierten Unternehmen werden mit einem Siegel ausgezeichnet, das ihre Aufnahme in das Lexikon der deutschen Weltmarktführer dokumentiert. Das aufmerksamkeitsstarke Siegel erhalten die Unternehmen in digitalisierter Form nach Erscheinen des Buches. Die weitgehenden Nutzungsrechte machen das Siegel zu einem idealen Werkzeug für die Unternehmenskommunikation.

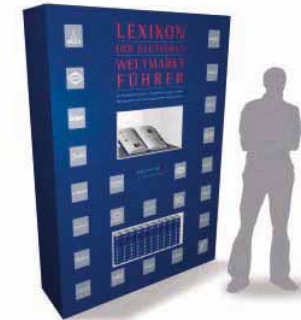
■ DAS MERCHANDISING

Die Bücher der Deutschen Standards werden seit vielen Jahren intensiv in die Kommunikation der teilnehmenden Unternehmen eingebunden. Mit einer ganzen Fülle von Ideen tragen wir dieser Tatsache Rechnung. Dazu gehören Merchandising-Produkte wie das spannende Quartett und viele neue Ideen rund um die Individualisierung der Bücher. Neben Sonderdrucken, die wir in extrem hohen Auflagen sehr günstig drucken können, bieten wir mit Banderolen und Lesezeichen individualisierte Bücher zu hochinteressanten Staffelpreisen an.



Quartett

Spielend im besten Wettbewerbsumfeld: das spannende Weltmarktführer-Quartett ist das ideale Merchandising-Produkt für einen sympathischen und unterhaltsamen Umgang mit Ihren Produkten.



Aufsteller

Jedem Unternehmen wird die Möglichkeit gegeben, ein Groß-Display, also einen Aufsteller, zu erwerben, mit dem Sie das Lexikon publikumswirksam präsentieren können. Damit werden Besucher, Kunden und Freunde Ihres Unternehmens eingeladen, den entsprechenden Lexikoneintrag direkt an Ort und Stelle zu lesen sowie in dem Lexikon zu blättern und sich umfassend zu informieren. Das Objekt eignet sich hervorragend für eine Präsentation in Foyers, auf Messen und bei ähnlichen Gelegenheiten.



Banderole und Lesezeichen

Buchbestellungen konfektionieren wir mit individuell hergestellten Banderolen. Ein Lesezeichen sorgt zudem für den schnellen Zugriff auf den entsprechenden Lexikoneintrag.



Folder

Sonderdrucke mit einzelnen Lexikoneinträgen drucken wir in kleinen bis extrem hohen Auflagen als ideales und preiswertes Kommunikationsinstrument für Kunden und Mitarbeiter in allen Sprachen der Welt.

REDAKTIONELLES KONZEPT

Zum ersten Mal versammelt ein Lexikon präzise und spezifische Informationen zu deutschen Weltmarktführern. Jeder Eintrag erfolgt in Zusammenarbeit mit den Unternehmen selbst, dies nach enzyklopädischen Prinzipien bis zur letztendlichen Freigabe durch das Unternehmen. Ein Team von über 30 Redakteuren, Fachautoren und Grafikern sammelt alle verfügbaren, relevanten Daten und verdichtet sie – mithilfe eines proprietären Redaktionssystems und der Datenbank von Prof. Bernd Venohr – zu einem lexikalischen Eintrag. Die vorliegenden Informationen werden bestimmten redaktionellen Elementen zugeordnet. Am Beispiel des Weltmarktführers Heraeus zeigen wir hier, welche Informationen wir welchen Elementen des Lexikoneintrags zuordnen.

HERAEUS

Heraeus

HERAEUS HOLDING
Der Edelmetall- und Technologiekonzern Heraeus mit Sitz in Hanau ist ein weltweit tätiges Unternehmen mit den Geschäftsfeldern Edelmetalle, Sensoren, Dental- und Medizinprodukte, Quarzglas und Spezialtechnologien. Unter dem Dach der Heraeus Holding GmbH versammeln sich die fünf Führungsgesellschaften W. C. Heraeus (Produktion und Handel des Edelmetalls), Heraeus Electro-Nite (Sensoren), Heraeus Kulzer (Dental- und Medizinprodukte), Heraeus Quarzglas (Quarzglas) und Heraeus Noblelight (Spezialtechnologien). Mit einem Produktumsatz von 3 Mrd. Euro und einem Edelmetall-Handelsumsatz von 9 Mrd. Euro sowie weltweit mehr als 11.000 Mitarbeitern in über 100 Gesellschaften hat Heraeus eine führende Position auf seinem globalen Absatzmärkten. Heraeus ist weltweit an 113 Standorten vertreten und verfügt über 25 eigene Entwicklungszentren. Die Geschichte des Familienunternehmens reicht zurück in das Jahr 1851, als Wilhelm Carl Heraeus in Hanau die Apotheke seines Vaters übernahm. Dort gelang es ihm 1856, erstmals Platin mit Hilfe einer Kraglsgasflamme in Kilogramm-Mengen zu schmelzen und damit den Grundstein für die industrielle Nutzung des Edelmetalls zu legen. 1880 übernahm seine Söhne Heinrich und Dr. Wilhelm Heraeus die „Erste Deutsche Platinmetz W. C. Heraeus“. In den folgenden Jahren entwickelte der Physiker und Chemiker Dr. Richard Kieß zahlreiche Produkte und Verfahren, die sich bis heute in den Kernbereichen des Heraeus Konzerns widerspiegeln: Kieß etablierte eine Methode, hochreines Quarzglas herzustellen, außerdem erfand er u. a. die künstliche Höhen- und Thermosonne mit Messdilatation aus Platin. Ab 1925 trat die dritte Generation der Familie in das Unternehmen ein. Unter der Führung von Dr. Wilhelm Heinrich Heraeus und Dr. Reinhard Heraeus wurden in den 1950er-Jahren die

SCHON GEWUSST?
Heraeus-Produkte werden nicht nur auf dem gesamten Erdball eingesetzt, sondern haben es auch schon in die Umlaufbahn unseres Planeten geschafft. Quarzglas von Heraeus bildet das Herzstück des „Gravity Probe B“-Satelliten der NASA, der im Frühjahr 2005 den Beweis für die Wahrigkeit von Einsteins Relativitätstheorie anmaß, nämlich dass vereinfacht gesagt – Schwerkraft durch die Krümmung von Raum und Zeit entsteht. Der „Gravity Probe B“-Satellit bestand im Kern aus einem rd. 53 cm langen Quarzglasblock, der mit einem Quarzteleskop verbunden war und vier so genannte Gyroskope enthielt. Diese mit 5.000 U/min rotierenden, tischtennisballgroßen Kugeln bestanden aus dem hochreinen mit supraleitendem Niob beschichteten Quarzglas Homopol, das von Heraeus hergestellt wurde. In Sachen Weltall kann Heraeus übrigens auf eine lange Tradition zurückblicken. 1969 wurde mit Apollo 11 nicht nur der erste Mann, sondern auch ein Laserreflektor zur Entfernungsmessung Erde-Mond gebracht. 100 Triplettsensoren des Heraeus-Quarzglas Supraal sorgen bis heute dafür, dass dieses Gerät seine höchste einwandfrei verrichten kann.

ersten ausländischen Tochtergesellschaften gegründet. 1970 wurde mit dem Physiker Dr. Helmut Gruber erstmals ein familienfremder

HERAEUS

Heraeus

Heraeus hat sich von der Einhorn Apotheke in Hanau zu einem weltweit agierenden Industriekonzern entwickelt.

Geschäftsführer bestellt, 1983 übernahm dann mit Dr. Jürgen Heraeus die vierte Generation der Familie Heraeus die Unternehmensleitung. Dr. Jürgen Heraeus bestimmte eine tiefgreifende Reorganisation und schuf so die Voraussetzungen für den Wandel des Unternehmens zu einem global agierenden Konzern. Nach der Gründung der Heraeus Holding GmbH im Jahr 1985 folgte 1990 eine umfassende Dezentralisierung, bei der die Kernbereiche von Heraeus in die fünf eigenständig am Markt operierenden Führungsgesellschaften strukturiert wurden. Im Januar 2000 wechselte Dr. Jürgen Heraeus als Vorsitzender in den Aufsichtsrat der Heraeus Holding, die Unternehmensleitung wurde an ein Familienremdes Management übergeben. Im Juni 2006 verabschiedete die Gesellschafterversammlung die „Heraeus Family Governance“ als künftige Leitlinie aller Gesellschafter. Darin ist das Ziel formuliert, dass auch in Zukunft die Geschäftsfamilie, die aus über 190 Mitgliedern besteht, zu 100 % an der Heraeus Holding beteiligt sein muss. Die unternehmerische Einflussnahme soll möglichst über die Geschäftsführung erfolgen, in den Aufsichtsgremien (Beisitzerhausausschuss und Aufsichtsrat) muss die Familie mitwirken. Eine Leitlinie hebt außerdem die gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmens und seiner Gesellschafter hervor. Das Hauptaugenmerk des Konzerns gilt dabei dem Bereichen Fürsorge, Gesundheitsförderung, Arbeitsicherheit, Innovation und lebenslanges Lernen sowie gesellschaftliches Engagement der Mitarbeiter. Die Mitglieder der Familie Heraeus engagieren sich darüber hinaus in vier familieneigenen Stiftungen und Dr. Jürgen Heraeus steht seit Frühjahr 2007 der deutschen UNICEF, dem Kinderhilfswerk der Vereinten Nationen, als Vorsitzender vor.

EINFACH ERKLÄRT: INFRAROTSTRAHLER
Infrarotes Licht besteht aus elektromagnetischen Wellen, die mit ihrer Frequenz genau über dem roten Ende des für den Menschen sichtbaren Farbspektrums liegen. Seine Strahlen erzeugen Wärme – und zwar genau dort, wo die Strahlung auf eine Oberfläche auftrifft. Weil Infrarotstrahlung kein Trägermedium – also Luft oder eine Flüssigkeit – braucht, um Wärme zu übertragen, ist die Strahlung als Wärmequelle gut zu dosieren. Sie kann wie ein Lichtstrahl präzise dorthin gesteuert werden, wo man sie braucht, und wie Licht ein- und ausgeschaltet werden; das spart Zeit und Energie. Deswegen findet die Infrarotstrahlung Anwendung in vielen Gebieten; auch Produktionstechnologien nutzen die infrarote Wärme etwa zum Trocknen, Formen oder Schweißen. Heraeus beschäftigt sich seit den 60er Jahren mit dem Bau von Infrarotstrahlern und entwickelte hier wegweisende Innovationen. Zu den jüngsten Entwicklungen zählt ein Infrarotstrahler für die Herstellung von Solarzellen.

Die Effizienz von Solarzellen hängt davon ab, dass sie möglichst viel Licht absorbieren. Eine spezielle Beschichtung, Anti-Reflexcoating genannt, verhindert, dass Teile des Sonnenlichts reflektiert werden. Es muss im Vakuum und bei Temperaturen von bis 1200 °C aufgebracht werden. 2008 brachte Heraeus zu diesem Zweck einen Infrarotstrahler auf den Markt, der mit einem speziellen Reflektor aus opalem Quarzglas, einem GBC®-Reflektor, arbeitet. Der weiße Reflektor ist sehr abriebfest und seine Oberfläche ist so gestaltet, dass überall eine gleichmäßige Temperatur herrschen kann. Das Anti-Reflexcoating kann so sehr gleichmäßig aufgebracht werden; das senkt die Kosten und verbessert die Effizienz der Solarzellen. Infrarotstrahler von Heraeus kommen in mehr als 2.000 verschiedenen Wärmeprozessen in der Produktion zum Einsatz und werden immer wieder auf die konkreten Erfordernisse hin angepasst und weiterentwickelt.

MEILENSTEINE
1851 Wilhelm Carl Heraeus übernimmt die Leitung der elterlichen Apotheke in Hanau.
1856 W. C. Heraeus gelingt es, Platin in der Kraglsgasflamme zu schmelzen, Gründung der ersten dt. Platinmetz.
1899 Gewinnung von Quarzglas durch den Chemiker Dr. Richard Kieß.
1904 Gemeinsam mit der AEG gründet Heraeus die Quarzlampegesellschaft mbH.
1930 Die dritte Generation mit Wilhelm H. und Reinhard Heraeus tritt in das Unternehmen ein.
1979 Auslandsumsatz übersteigt erstmals Inlandsumsatz.
1985 Neue Organisationsstruktur durch die Gründung einer Holding.
1990 Gründung von fünf operativen Führungsgesellschaften.
2001 150-jähriges Firmenjubiläum.

DATEN UND FAKTEN
Inhaberfamilie: Familie Heraeus
Gründer: Wilhelm Carl Heraeus, 1851, Hanau
Branche: Edelmetall- und Technologieproduzent und Edelmetallhandel
Produkte: Edelmetalle, Sensoren, Dental- und Medizinprodukte, Quarzglas und Spezialtechnologien
Innovationen: mehr als 4.700 Patente
Eigenkapitalquote: 55 % (2007)
Produktumsatz: 2,9 Mrd. Euro (2007)

FLIESSTEXT:

Der Fließtext versammelt alle Informationen zum Unternehmen heute (Produkte, Mitarbeiter, Umsatz usw.), zur Marktposition (Technologieführerschaft, regionale Ausdehnung, Absatz etc.) und zur Unternehmensgeschichte (Gründer, Entwicklung, Generationenabfolge, Innovationsgeschichte, Zukunftsstrategie).

SCHON GEWUSST?:

Für spannenden Geschichten, Rekorde und Anekdoten rund um Innovation und Marktführerschaft der Unternehmen haben wir ein eigenes Element gewählt. So wird das Lexikon auch zu einer interessanten und amüsanten Lesereise.

EINFACH ERKLÄRT:

Deutsche Ingenieure und Maschinenbauer sowie Forscher und Entwickler haben Hightech-Produkte und -Systeme auf dem Weltmarkt etabliert. Das Element „Einfach erklärt“ verdeutlicht auch dem technischen Laien deren Konstruktion und Anwendung.

BILDER UND GRAFIKEN:

Je nach Präsentationsformat und Datenlage beinhalten die Einträge umfassende Bildstrecken in der Marginalspalte und bzw. oder in das Layout integriert. Grafiken veranschaulichen u. a. die Exportquote nach Regionen oder die Anzahl der angemeldeten Patente.

HERAEUS

Heraeus

Die Unternehmenszentrale am Standort in Hanau.

Die dritte Generation mit Wilhelm H. und Reinhard Heraeus tritt in das Unternehmen ein.

MEILENSTEINE
1851 Wilhelm Carl Heraeus übernimmt die Leitung der elterlichen Apotheke in Hanau.
1856 W. C. Heraeus gelingt es, Platin in der Kraglsgasflamme zu schmelzen, Gründung der ersten dt. Platinmetz.
1899 Gewinnung von Quarzglas durch den Chemiker Dr. Richard Kieß.
1904 Gemeinsam mit der AEG gründet Heraeus die Quarzlampegesellschaft mbH.
1930 Die dritte Generation mit Wilhelm H. und Reinhard Heraeus tritt in das Unternehmen ein.
1979 Auslandsumsatz übersteigt erstmals Inlandsumsatz.
1985 Neue Organisationsstruktur durch die Gründung einer Holding.
1990 Gründung von fünf operativen Führungsgesellschaften.
2001 150-jähriges Firmenjubiläum.

DATEN UND FAKTEN
Inhaberfamilie: Familie Heraeus
Gründer: Wilhelm Carl Heraeus, 1851, Hanau
Branche: Edelmetall- und Technologieproduzent und Edelmetallhandel
Produkte: Edelmetalle, Sensoren, Dental- und Medizinprodukte, Quarzglas und Spezialtechnologien
Innovationen: mehr als 4.700 Patente
Eigenkapitalquote: 55 % (2007)
Produktumsatz: 2,9 Mrd. Euro (2007)

BERÜHMTE ERFINDER:

Innovationskraft und bahnbrechende Erfindungen bilden den Grundstein für die Wirtschaftskraft Deutschlands: Wir zeigen, welche bedeutenden Erfinder der einzelnen Unternehmen dahinterstehen und stellen die wichtigsten Erfindungen vor.

HERAEUS

Heraeus

Konzernumsatz in Mio. EUR (EBIT)

Jahr	2003	2004	2005	2006	2007
Umsatz	~150	~180	~200	~220	~250

Edelmetall-Handelsumsatz: 9,3 Mrd. Euro (2007)
Mitarbeiter: 11.875 (2007)
Standorte: 113 Standorte, 25 eigene Entwicklungszentren weltweit

Ausbildungsquote p. a.: rd. 6 %

Auszeichnungen:
„Familienunternehmer des Jahres 2007“ für Dr. Jürgen Heraeus, Impulse, „Familienfreundlichstes Unternehmen“, Bundeswettbewerb „Erfolgsfaktor Familie“ (2008)
Literatur: R. Schrank: Heraeus – Ein Familienunternehmen schreibt Industriegeschichte (2001)

KONTAKT
Heraeus Holding GmbH
Heraeusstraße 12-14
63450 Hanau
☎ (0 61 81) 35 - 0
✉ pr@heraeus.com
www.heraeus.com

Angeschlossenes Konzernkommunikation:
Martina Raueh (Leitung)
☎ (0 61 81) 35-51 00
✉ martina.raueh@heraeus.com

BERÜHMTE ERFINDER: DR. RICHARD KIEß
Blasenfreies Quarzglas, Temperaturfühler und Höhen- und Thermosonne: Die Erfindungen des Physikers und Chemikers Dr. Richard Kieß prägen unser Leben und machten das Familienunternehmen Heraeus zu einem Technologiekonzern von internationalem Rang. Richard Kieß wurde 1860 im hessischen Bad Soden-Salmünster geboren. Er studierte Naturwissenschaften in Marburg und Leipzig und promovierte 1884 in Mineralogie. Danach arbeitete er als Assistent am Naturkundemuseum in Berlin. Seine industrielle Karriere begann 1890. In diesem Jahr übernahmen die beiden Gründersöhne Dr. Wilhelm und Heinrich Heraeus die Leitung der damaligen „Ersten Deutschen Platinmetz W. C. Heraeus“ von ihrem Vater und nahmen den ehemaligen Schulfreund in die Firma auf. Kieß machte Forschung und Entwicklung zum festen Bestandteil der Firmenphilosophie und meldete schon 1891 das erste Patent der Heraeus Fernmessgeschichte an. Wegweisend war sein Verfahren, durch Schmelzen von Bergkristall in einer Kraglsgasflamme blasenfreies Quarzglas höchster Reinheit zu erzeugen, das zahlreiche weitere Innovationen nach sich zog. 1904 entwickelte er eine Quarzkalibrierung Quarzglaslampe, die der medizinischen Lichttherapie neue Impulse gab. Die daraus entwickelte Produktlinie Höhen- und Thermosonne® wurde ab den 1930er Jahren in Deutschland zum Marktführer. Auch die moderne Hochtemperaturmesstechnik verdankt wir Richard Kieß. Er meldete 1906 ein Elektrisches Widerstandsthermometer aus Platinblei und Quarzglas zum Patent an – Ausgangspunkt für eine ganze Reihe innovativer Sensoren und Temperaturfühler.

Daneben entwickelte Heraeus unter Kießs Regie Platinblei- und -metze für die Chloralkali-Elektrolyse zur Produktion von Chlor, Platinblei- und -metze für die Ammoniakoxidation zur Herstellung von Düngemitteln sowie Spinnlösen aus Platinblei zur Herstellung künstlicher Textilfasern. Chemielaboratorien nutzten lange Zeit fast ausschließlich Trockens- und Brutschränken sowie elektrische Thermoföfen von Heraeus. Von 1909 bis zu seinem Tod im Jahre 1915 wirkte Richard Kieß als Mitglied der Geschäftsbildung und Gesellschafter des Unternehmens. Heute erinnert auf dem Werksgelände von Heraeus in Hanau das Richard-Kieß-Forum an das Erfindergenie.

Heraeus ist Spezialist in der Herstellung von Quarzglas (Ionen und Mittel), Bondstrahlentherapie bei W. C. Heraeus in China (Intern)

BEISPIELPRÄSENTATION
SONDERFORMAT
© Deutsche Standards EDITORIVEN
Änderungen vorbehalten
Stand April 2010

■ DIE VERSIONEN DER EINTRÄGE

1. STANDARD-VERSION



- Fließtext von ca. 2.000 Zeichen Länge (inkl. Leerzeichen)
- Factsheet: wahlweise 10 wichtige Infos bzw. Fakten zum Unternehmen und Adresse
- Sonderelement: „Unternehmenschronologie“ oder „Schon gewusst?“ (interessante Unternehmensanekdote oder Rekorde)
- Bilder: Logo und zwei Bilder (Besitzer, Werk) in der Marginalspalte und zusätzlich ein (Produkt-)Bild im Fließtext (einspaltig)

2. PREMIUM-VERSION



- Fließtext von ca. 2.500 Zeichen Länge (inkl. Leerzeichen)
- Factsheet: wahlweise 10 wichtige Infos bzw. Fakten zum Unternehmen und Adresse
- Hervorgehobenes Sonderelement: „Unternehmenschronologie“ oder „Schon gewusst?“ (interessante Unternehmensanekdote oder Rekorde)
- Hervorgehobenes Sonderelement: „Einfach erklärt“ (vereinfachte Darstellung eines komplexen Sachverhalts wie der Konstruktion einer Maschine oder der Funktionsweise eines Produktionsprozesses) oder „Berühmte Erfinder“ (Präsentation eines mit dem Unternehmen eng verbundenen Erfinders und seines Lebenswerks)

■ Bilder in der Marginalspalte: Logo und zwei weitere Bilder (Besitzer, Werk, Produkt)

■ Bilder in Fließtext: eine Grafik (einspaltig, z. B. regionale Exportverteilung, Branchenverteilung), ein großformatiges, zweiseitiges Bild (Produkt, Anwendung, Anlage)

3. SONDERFORMAT



- Auf der Grundlage eines Fließtextes mit ca. 3.500 Zeichen (inkl. Leerzeichen) individuell erarbeitete Groß-Präsentation aus allen von der Redaktion definierten Elementen (u. a. das Factsheet, die hervorgehobenen Sonderelemente „Unternehmenschronologie“, „Schon gewusst?“ sowie „Einfach erklärt“ und „Berühmte Erfinder“)
- Mit acht Bildern in der Marginalspalte, zwei Bildern im Fließtext (zweiseitig), zwei Grafiken im Fließtext (einspaltig)
- Weitere Sonderfeatures in Absprache mit dem Unternehmen
- Dieses Sonderformat umfasst insgesamt vier ganze Seiten (statisch, d.h. ohne Umbruch)
- Die Anzahl dieses Formats ist auf max. 50 Einträge im Lexikon limitiert

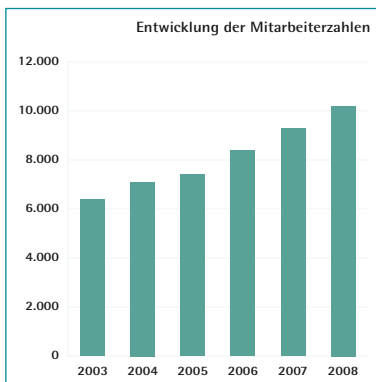
Die Einträge werden in Absprache mit den Unternehmen auf der Grundlage von Fragebögen und weiteren Materialien bis zur Freigabe durch die Unternehmen im Verlag produziert. Alle Einträge werden auf der Basis lexikalischer Prinzipien erstellt und haben eine einheitliche Struktur hinsichtlich Aufbau, Format, Textstil und sachlicher und informativer Ausrichtung.



Klaus Eisert, geschäftsführender Gesellschafter von Phoenix Contact (Mitte), die modulare Reihenklemme (unten) zählt seit 1928 zum Kerngeschäft.

PHOENIX CONTACT

In sechs Produktlinien bietet das Industrieunternehmen Phoenix Contact über 20.000 Produkte, Komponenten und Systemlösungen der elektrischen Verbindungs-, elektronischen Interface- sowie der industriellen Automatisierungstechnik an und ist damit Weltmarktführer für Verbindungstechnik. Produkte von Phoenix Contact kommen u. a. im Maschinen- und Anlagenbau, der Energieversorgung und der industriellen Automation zum Einsatz. Das Unternehmen wurde 1923 als Phönix Elektrizitätsgesellschaft von Hugo Knümann in Essen gegründet, der früh die Bedeutung der zunehmenden Elektrisierung und später Elektronisierung aller Industriemärkte erkannte. Bereits 1928 entwickelte man für RWE die modulare Reihenklemme, die auch heute noch zum Kerngeschäft des Unternehmens zählt. Ein weiterer Meilenstein folgte, als Phoenix Contact 1987 auf der Hannover Messe das serielle Feldbussystem Interbus erstmalig vorstellte. Damit revolutionierte diese softwareprogrammierte Signalübertragung für das sog. Feld der Produktion die bislang praktizierte parallele Signalübertragung. Heute beschäftigt das Unternehmen rd. 10.200 Mitarbeiter weltweit, davon sind rd. 5.600 in Deutschland tätig. Neue Produktentwicklungen und -optimierungen sichern dem Unternehmen seine weltmarktführende Position. Mit der Produktinnovation PROFINET IRT z.B. hat Phoenix das schnellste und zukunftssicherste Echtzeit-Ethernet-System entwickelt. Das konnte im Rahmen einer Untersuchung durch das gemeinsam mit dem Institut Industrial IT (inIT), Lemgo, der TU Berlin, MAZeT und Siemens initiierte und vom Bundesministerium für Bildung und Forschung unterstützte Verbundprojekt belegt werden. PROFINET IRT ist Teil des von Phoenix Contact entwickelten IT-powered AUTOMATION-Konzepts, einer Kommunikationslösung ohne Systembrüche.



Im Application Park des Industrial Communication Congress 2007 konnten die Kongress-Teilnehmer beispielhaft anhand der Fertigung eines Kaffeebechers eine durchgängige Kommunikation von der Auftragserfassung, über die Produktion, Beschriftung, Prüfung und Verpackung bis hin zur Ausgabe bzw. Einlagerung live erleben. Zur Phoenix Contact-Gruppe gehören die Gesellschaften Phoenix Contact Electronics, Bad Pyrmont, zur Fertigung von elektronischen Baugruppen in SMD-

MEILENSTEINE

1923 Hugo Knümann gründet die Phönix Elektrizitätsgesellschaft in Essen.

1928 Die erste Reihenklemme wird patentiert.

1966 Der Firmensitz wird nach Blomberg verlegt.

1982 Die Phönix Elektrizitätsgesellschaft wird in Phoenix Contact umbenannt.

1985 Erste Auslandsniederlassungen in den USA, der Schweiz und Schweden

2004 Mit der Gründung von vier Tochtergesellschaften in Irland, Litauen, Rumänien und der Ukraine wächst die Anzahl der internat. Vertriebsgesellschaften auf 38.

2007 Phoenix Contact erwirtschaftet erstmals über 1 Mrd. DM Gesamtumsatz.

Technologie, Phoenix Feinbau, Lüdenschied, zur Fertigung von metallischen Stanz- und Biegeteilen, Steckverbinder-Spezialist Coninvers, Herrenberg, KW-Software, Lemgo, Innominate Security Technologies, Berlin und Sutron electronic, Filderstadt. Produziert wird mit einer hohen Fertigungstiefe; nicht nur Schrauben, Kunststoff- und Metallteile, sondern auch Werkzeuge und Produktionsmaschinen werden in Eigenfertigung hergestellt. Rund 200 Lehrlinge und Studierende werden in elf verschiedenen Fachrichtungen am Standort in Blomberg ausgebildet.

DATEN UND FAKTEN

Unternehmen:
Phoenix Contact GmbH & Co. KG

Hauptsitz: Blomberg, Deutschland

Geschäftsführender Gesellschafter:
Klaus Eisert

Gründer: Hugo Knümann, 1923, Essen



Phoenix Contact mit dem Stammsitz im ostwestfälischen Blomberg beschäftigt weltweit über 10.000 Mitarbeiter.

Patent: schienenmontable Reihenklemme, Reichspatentamt Berlin 1928

Innovationen: Printklemmen und Steckverbinder (1982), Feldbussystem (1987), Wireless-Produkte (2004)

Auszeichnungen:
Top-Job: Arbeitgeber des Jahres (2008), Top-Arbeitgeber für Ingenieure (2009)

Vertrieb: über 80 Vertretungen und Außendienstler (in Deutschland), 46 Gesellschaften und rd. 30 Vertretungen (internat.)

Gesamtumsatz: über 1 Mrd. Euro (2007)

Mitarbeiter: 10.200

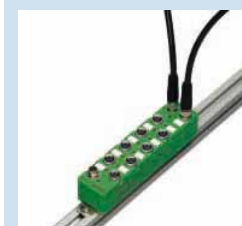
KONTAKT

Phoenix Contact GmbH & Co. KG
Flachmarktstr. 8
32823 Blomberg
☎ (0 52 35) 3 00
☎ (0 52 35) 34 12 00
🌐 www.phoenixcontact.de

ANSPRECHPARTNER PRESSE:

Angela Josephs
☎ (0 52 35) 34 15 12
📧 ajosephs@phoenixcontact.com

EINFACH ERKLÄRT: FIELDLINE MODULAR M



Stellen Sie sich vor, eine Fabrikhalle füllen zu müssen, mit verschiedensten Maschinen zur Herstellung eines Produkts in diversen Arbeitsschritten. Dann müssen diese Maschinen miteinander verbunden werden, damit die Produkte transportiert werden können, und hintendran kommt noch eine Verpackungsstation. Und jetzt müssen alle Geräte vernetzt werden. Mit Stromversorgung und noch wichtiger: Mit Kabeln für die Steuerung, damit die Produktionslandschaft, das sog. Feld, im Einklang funktioniert. Sensoren, wie etwa elektrische Messfühler, und Aktoren, wie zum Beispiel Antriebe, müssen jederzeit Informationen austauschen können. Früher wurde dazu jedes Element mit einem separaten Kabel an eine Steuerzentrale angeschlossen, ein riesiger Wust von Kabeln war die Folge. Moderne Systeme nutzen ein Feldbus-System. Dabei verbindet ein einziges Kabel alle Komponenten miteinander und verteilt Steuersignale, die in unterschiedlichen Industriestandards – verschiedenen Computersprachen sozusagen – ausgegeben werden. Um diese Feldbus-Technik zu unterstützen, gibt es Systeme wie Fieldline Modular M8, ein schlankes Steckmodul, das bis zu 16 Geräte in einem Netzwerk mit einer Ausdehnung von bis zu 40 Metern vernetzen kann.



Phoenix Contact bietet ein innovatives Portfolio industrieller Elektrotechnik: Von klassischer Reihenklemme über spritzwassergeschützte Maschinen- bis hin zu Wireless-Produkten.

BEISPIELPRÄSENTATION
PREMIUM-VERSION
© Deutsche Standards EDITORIK
Änderungen vorbehalten
Stand April 2010

Der Begriff Weltmarktführer lässt spontan an große, globale Holdings denken. Tatsächlich aber sind die auf dem Weltmarkt führenden deutschen Unternehmen überwiegend im Mittelstand zu finden. Zu ihnen gehören hoch spezialisierte Problemlöser, deren Namen medial kaum präsent sind. Diese oft durch Ingenieure und Naturwissenschaftler geführten Unternehmen zeichnen sich durch Erfindungsreichtum, Kreativität, Flexibilität und Prozess-Exzellenz aus. Die Firmen verfolgen einen ganz eigenen Managementansatz, fernab von kurzfristigen Managementmoden und kurzatmigen Finanzziele. Das „Lexikon der deutschen Weltmarktführer“ stellt erstmals rund 1.000 deutsche Weltmarktführer nach enzyklopädischen Prinzipien redaktionell aufbereitet vor. Relevante Daten, Fakten und Kennzahlen in dichten, lexikalisch formulierten Textstrecken werden von umfassenden Factsheets ergänzt. Die oft hochkomplexen Produkte werden in leicht verständlicher Sprache erklärt; ihre Erfinder in gesonderten Porträts gewürdigt. Aussagekräftige Grafiken machen wichtige Eckdaten wie Anteil Weltmarkt/Wettbewerb, Exportquote oder Umsatzentwicklung auf einen Blick erfassbar. Chronologische Entwicklung und bedeutsame Meilensteine werden gesondert hervorgehoben, Bildstrecken lockern die Einträge visuell auf.

Deutsche Standards EDITIONEN GmbH

Im Mediapark 5d | D-50670 Köln | Fon 0221.4543200 | Fax 0221.4543211

Mail: info@deutsche-standards.de | Internet: www.deutsche-standards.de