



Mitarbeiterin bei einem Prüfvorgang: Die GHM Messtechnik versteht sich als Plattform von Unternehmen aus der gleichen Branche.

Wachstum im Visier

Die **Firmengruppe GHM Messtechnik** erschließt sich mit dem gebündelten Know-how mittelständischer Unternehmen sowie durch zielgerichtete Zukäufe neue Märkte. Beteiligungskapital ist ein wichtiger Wegbegleiter. VON **NORBERT HOFMANN**

Wer stark wächst, läuft auch Gefahr, dass Strukturen erstarren. Johannes Overhues, Geschäftsführer der auf Wachstum fokussierten GHM Group, will solchen Fehlentwicklungen erst gar keine Chance geben. Er setzt auf agiles Management, bei dem informelle Kommunikationswege und flexibles Handeln statt träge Organisationsstrukturen gefragt sind. GHM sieht hierin den entscheidenden Erfolgsfaktor. Die Firmengruppe vereinigt über eine Buy-and-build-Strategie

Familienunternehmen unter einem Dach, um mit gebündelter Kompetenz Chancen im dynamischen Markt für Messtechnik zu nutzen. „Wir schaffen mit unserem agilen Management den Spagat zwischen Familienunternehmen und Konzernstruktur. Anstatt in Bereichs- und Zuständigkeitsdiskussionen Zeit zu verlieren, reagieren wir schnell auf Marktentwicklungen und können so unternehmerisch erfolgreich sein“, sagt Overhues.

Plattform für gemeinsames Wachstum

Die Vision, das Know-how mehrerer mittelständischer Traditionsunternehmen mit einer nachhaltigen Wachstumsstrategie über eine gemeinsame Plattform zu verknüpfen, ist vor knapp einem Jahrzehnt entstanden. Für die Aufnahme in die Gruppe kommen gründergeführte Unternehmen der Mess- und Regelungstechnik infrage, bei denen es in der Familie an einem Nachfolger fehlt. Diese Unternehmer wünschen sich, dass ihre Firmen mit ihren durchschnittlich 40 bis 60 Mitarbeitern langfristig weitergeführt

werden. Den Anfang machte die auf Handmessgeräte, Sensorik und Elektronik spezialisierte Greisinger Elektronik im bayerischen Regenstauf. Es folgten mit Honsberg Instruments, Martens Elektronik und Imtron Messtechnik drei weitere Branchenunternehmen in Deutschland. Mittlerweile gehören im Sinne der Internationalisierungsstrategie auch zwei italienische Unternehmen zur Firmengruppe. „Ein wichtiges Ziel der Add-on-Strategie ist es, unsere technologischen Kompetenzen zu ergänzen und neue Märkte zu erschließen“, erläutert Overhues.

Synergieeffekte heben

Die als Kompetenz-Centers geführten Unternehmen werden operativ nicht zentral von einer Konzernspitze, sondern jeweils vor Ort geleitet. Die Führungskräfte dort arbeiten mit dem Management auf Konzernebene selbstredend agil zusammen. Das heißt: Flexible Kommunikationswege und lösungsorientierte Entscheiderteams ermöglichen es, schnell

KURZPROFIL

GHM Messtechnik GmbH

Gründungsjahr: 2009

Branche: Messtechnik und Sensoren

Unternehmenssitz: Erolzheim

Umsatz 2017: 40 Mio. Euro

Mitarbeiterzahl: 330

www.ghm-group.de

auf Trends zu reagieren und ein breites Spektrum an kundenspezifischen Lösungen abzudecken. „Wir können neben den Zukäufen auch organisches Wachstum durch das Heben von Synergieeffekten und ein agiles Management aus der Gruppe heraus generieren“, sagt Overhues. Das beginnt bei Entwicklungsprojekten für neue Produkte und reicht von einer vereinfachten Verwaltung bis hin zum Vertrieb. So investiert die GHM etwa in IT-Struktur wie zum Beispiel verknüpfte ERP-Systeme und Systeme für das Customer Relations Management (CRM). Ebenso können die Gruppenunternehmen die Vertriebsstrukturen der Firmengruppe

nutzen. Die Außendienstmanager haben auch die Produkte der beiden italienischen Firmen in ihr Verkaufsportfolio aufgenommen und ihnen so den Markteintritt in Deutschland erleichtert.

Neue Chancen in der Vernetzung

An neuen Zielen für Add-ons fehlt es nicht. Mit VR Equitypartner und Bayern LB Capital Partner stehen dem Unternehmen zwei langfristig orientierte Beteiligungsgesellschaften zur Seite, die jeweils 40 Prozent der Anteile halten und die Buy-and-build-Strategie unterstützen. „Wir wollen die GHM Group beim Wachstum in eine neue

Größenordnung begleiten und stehen hinter dem Konzept ebenso wie hinter dem erfolgreichen Management“, sagt Christian Futterlieb, Geschäftsführer von VR Equity Partner, die zur Genossenschaftlichen Finanzgruppe Volksbanken Raiffeisenbanken gehören. Besondere Chancen bietet die zunehmende Vernetzung von Geräten und Maschinen ebenso wie diejenige von Unternehmen mit Verbrauchern. „Wir können an diesem Trend sehr stark partizipieren, bei dem Sensoren und Verfahren der Messtechnik die Kommunikation an neu entstehenden Schnittstellen ermöglichen“, sagt Overhues. ■

redaktion@unternehmeredition.de

„Wir analysieren konsequent den Markt“

Interview mit **Johannes Overhues**, Geschäftsführer, GHM Messtechnik GmbH



Johannes Overhues

Unternehmeredition: Inwiefern profitieren Ihre Gruppenunternehmen von Industrie 4.0?

Overhues: Im Kern geht es ja um die Vernetzung von großen Datenmengen. Wenn die Industrie 4.0 mehr Daten auch für Verbraucher sichtbar machen will, braucht sie dafür Messtechnik und Sensoren. Mit unseren Technologien, die eher im Bereich der Prozessüberwachung liegen, stellen wir sicher, dass eine durchgängige Automatisierung möglich ist. Hierfür können wir in unsere Produkte auch spezielle Kommunikationsprotokolle wie das sich stark verbreitende I/O-Link einbauen. Damit wird es möglich, dass der Verbraucher für sein Produkt eine ganz bestimmte Farbe oder andere Eigenschaften auswählt. Der Fertigungsprozess kann dabei durchgängig und intelligent

gesteuert, überwacht und protokolliert werden. All das öffnet für uns neue Märkte.

Wie erkennen Sie, welche Lösungen gefragt sind?

Wir analysieren konsequent den Markt. Die Basis dafür schaffen unsere Kompetenz-Center, die über ihre Kunden zu unmittelbaren Erkenntnissen kommen. Eine davon ist der Trend hin zu elektronischen Sensoren. Wir suchen deshalb gezielt nach Unternehmen, die in diesem Markt gut positioniert sind und unser Produktportfolio stärken können. Wir haben eine ganze Liste von Targets und Projekten, deren Realisierung aber auch mit einem gewissen Zeitaufwand verbunden ist.

Die Mehrheitseigner von GHM sind Finanzinvestoren. Was schätzen Sie gerade an diesen beiden Beteiligungsgesellschaften und wie ist das Management in die Eigentümerstruktur eingebunden?

Diese beiden Partner stellen nicht nur Finanzmittel zur Verfügung, sondern auch ihre Erfahrungen und ihr Know-how. Das kann nicht jeder. Sie unterstützen uns aktiv und diskutieren mit uns strategische M&A-Entscheidungen – greifen aber nicht ins operative Geschäft ein. Dem Management gehören 20 Prozent der Anteile. Daraus entsteht eine hohe Verpflichtung, sich unternehmerisch einzubringen.