

Auf die weiche Tour

Unternehmen im Gespräch – Wetropa aus Mörfelden zählt zu den führenden Schaumstoff-Verarbeitern Deutschlands

VON HANNO HITZ

Am Anfang stand die Produktion von Ultraleichtflugzeugen in Polen. Sechs Jahre lang hat Dirk Breitkreuz zusammen mit einem Studienkollegen seine ersten Erfahrungen als Unternehmer gesammelt, dann vollzog der Maschinenbauer einen Schnitt und verkaufte seine Geschäftsanteile. „Wenn ich etwas mache, dann im Alleingang“, sagte sich der Diplom-Ingenieur und wechselte in eine ganz andere Branche.

Bei dem Schaumstoff-Verarbeiter Wetropa bot sich im Jahr 1995 die Gelegenheit dazu. Der damalige Firmenchef wollte aus Altersgründen verkaufen, Breitkreuz begann hoch motiviert seinen zweiten Anlauf als Unternehmer – und zahlte zunächst einmal Lehrgeld, wie der heute 42-Jährige rückblickend mit einem Schmunzeln einräumt.

Wetropa war zu diesem Zeitpunkt noch im Norden Frankfurts ansässig und stellte mit knapp 20 Mitarbeitern vor allem Isolierungen für Fernwärmerohre her. Umsatz damals: umgerechnet etwa eine Million Euro. Doch die Abhängigkeit von zwei oder drei Großkunden brachte Wetropa in Schwierigkeiten. Mit dem Fortschritt kamen andere technische Lösungen zum Einsatz, bei Wetropa brach mit einem Schlag „das Kerngeschäft Bau“ – und damit fast drei Viertel des Umsatzes. In dieser schwierigen Phase habe er das Kämpfen gelernt, erinnert sich Breitkreuz.

Namhafte Kunden aus Südhessen

Mit Erfolg. Heute hat Wetropa rund 1700 Kunden aus unterschiedlichen Branchen, darunter so bekannte Konzerne wie Merck, Sirona, Wella, Leica, Conti oder Fresenius Medical Care. Breitkreuz zufolge setzte Wetropa im vergangenen Jahr gut acht Millionen Euro um nach rund sechs Millionen (2009) und sieben Millionen (2008).

Dass Wetropa 1997 die Kurve gekriegt hat, führt Breitkreuz auf mehrere Faktoren zurück. Zunächst konnte das bislang nicht so muskulöse Standbein „Verpackungen“ aufgepöppelt werden. Die Hausbank zeigte einen langen Atem, pochte in der kritischen Zeit also nicht auf die Rückzahlung ausstehender Kredite. Die Mitarbeiter wiederum, die bislang einen eher patriarchalischen Führungsstil erduldet hatten, waren von der Wende hin zu einem kooperativen Miteinander angetan – die „weiche Tour“ passt ja auch besser zu einem Schaumstoff-Verarbeiter.

Nicht zuletzt kam auch ein bisschen Glück dazu. Als Wetropa im Jahr 1999 nach Mörfelden



Maschinenführer Andrzej Mzyk bearbeitet Schaumstoff mit einer computergesteuerten Fräse.

FOTOS: KARL-HEINZ BÄRTL

umzog, konnte Breitkreuz einen Teil der Gebäude zunächst einmal an andere Unternehmer vermieten und dadurch den Kostendruck lindern. Heute hat Wetropa mittlerweile 65 Mitarbeiter und beansprucht das Firmenareal komplett für sich. Derzeit hämmert und dröhnt es mächtig in dem großen Gebäude, Breitkreuz lässt etliche Räume und Sanitäranlagen modernisieren.

Wetropa hat kein eigenes Produktsortiment, sondern entwickelt nach den Vorgaben der Kunden Verpackungslösungen. Das können zum Beispiel

Schaumstoffeinlagen für Werkzeuge sein oder für Zahnarztbohrer. Das kann eine Entwicklung für Wella sein, bei der zum Beispiel zwei Haargel-Dosen so miteinander verbunden werden, dass sie sich gut im Friseurladen präsentieren lassen. Oder es kann eine Transportlösung für einen Autzulieferer sein, der zum Beispiel für Mercedes Tagfahrlichtblenden herstellt und diese dann auch ohne Kratzer nach Stuttgart liefern will. Im Ausstellungsraum ist auch eine Verpackung für einen vermeintlich simplen Elektro-Stecker zu sehen – das gute Teil wurde allerdings von Bosch entwickelt für den Einsatz in der Formel 1 und ist daher vermutlich so günstig wie ein Wochenende im Sechs-Sterne-Hotel.

Lukrativ sind Spezialanfertigungen

Solche Aufträge machen Breitkreuz Freude. Wetropa will sich nämlich nicht im Massenmarkt tummeln, etwa beim Transport von Weißer Ware wie Waschmaschinen oder Geschirrtrockner. In diesem Segment tobt der Preiskampf. Interessanter und lukrativer sei da der Nischenmarkt mit Aufträgen, die teils unter zehn Stück, meistens aber zwischen 500 und 5000 Stück liegen. Hier kann zum einen die fünfköpfige Entwicklungsabteilung zeigen, was sie drauf hat.

Zum anderen verfügt Wetropa auch über computergesteuerte Fertigungsanlagen, die komplizierte Zuschnitte ermöglichen.

Mit dem Rückenwind durch den allgemeinen Wirtschaftsaufschwung will Breitkreuz in diesem Jahr einen Umsatz von annähernd neun Millionen Euro erreichen. Als Problem könnte sich allerdings der Fachkräftemangel herausstellen. Technische Zeichner, aber auch Mitarbeiter für Vertrieb oder Verwaltung seien zunehmend schwer zu bekommen. Viele Hochschulabsolventen zieht es zunächst zu den großen Adressen wie Siemens oder Bosch und weniger zu einem Mittelständler.

Seit Jahren schon investiert Breitkreuz daher in die Weiterbildung seiner eigenen Mitarbeiter. Das gute Betriebsklima und die niedrige Fluktuation führt er nicht zuletzt darauf zurück, hinzu komme im Unternehmen eine Kultur der offenen Tür. Für die Sorgen und Nöte der Mitarbeiter nehme er sich immer Zeit, versichert der Vater dreier Kinder. Ein guter Unternehmer müsse von Zeit zu Zeit eben auch mal Finanz- oder Beziehungsberater sein. Dass Wetropa weder einen Betriebsrat habe noch tarifgebunden sei, sei daher „kein Problem“.

Forcieren will Breitkreuz auch Wetropas Engagement im Ausland. Geplant ist zum Beispiel die Beteiligung an einer

Schweizer Firma. Diese soll eine Software entwickeln, mit der Kunden dann selbst Ideen ausprobieren oder ihr Wunschprodukt am Computer entwerfen können. Wenn das klappt, hätte Wetropa Breitkreuz zufolge ein Alleinstellungsmerkmal und könnte den verbliebenen fünf Wettbewerbern in Deutschland weiter zusetzen.

Eine gewisse Genugtuung will der Unternehmer aus Leidenschaft nicht leugnen. In den schwierigen Anfangsjahren haben Konkurrenten etwa auf Messen kaum Notiz von ihm genommen. Inzwischen habe sich Wetropa in der Branche „zu einer echten Nummer gemauert“.

FIRMENPORTRÄT

Wetropa GmbH & Co KG

- **Branche:** Kunststoffverarbeitung
- **Produkte:** Einlagen und Geräteverpackungen aus Schaumstoff
- **Standort:** Mörfelden
- **Umsatz:** acht Millionen Euro 2010 nach sechs Millionen (2009)
- **Geschäftsführer:** Dirk Breitkreuz (Inhaber), Martin Eigener
- **Gründung:** 1970
- **Mitarbeiter:** 65, davon rund 40 in der Produktion
- **Kunden:** rund 1700, darunter Merck, Fresenius Medical Care, Sirona, Heraeus oder Leica



Dirk Breitkreuz