

Size matters? Nicht unbedingt!



Die Analyse ist altbekannt: Italiens Firmen sind zu klein. Zu klein, um im internationalen Wettbewerb bestehen zu können. Zu klein, um in Forschung und Entwicklung zu investieren. Zu klein, um hochqualifiziertes Personal anzulocken. Doch stimmt das heute noch?

„Nein!“, antwortet Stefano Micelli, Professor für Internationales Management an der Universität Ca' Foscari, im Podiumsgespräch mit mir auf der Messe für Kultur und Technologie [„Cult Venezia 2014“](#), die von Freitag bis Sonntag in Venedig stattgefunden hat.

Micellis These lautet vereinfacht: Italiens Geschäftsmodell hat sich verändert. Beruhte der Erfolg von Italia Spa in der Vergangenheit auf der „piccola impresa“ und den „distretti“, also den regionalen Clustern (Textil, Automobil, Keramik etc.), so haben sich erstens Firmen mittlerer Größe herausgebildet, die sich zwar die Fähigkeiten und Kompetenzen des Handwerkers („artigiano“) bewahrt haben, aber inzwischen global unterwegs sind. Zu den neuen Firmen mittlerer Größe, der „nuova media impresa italiana“, zählen laut Micelli solche bekannte Namen wie der Kaffeeröster Lavazza, Edelschneider Gucci, Jeanshersteller Diesel oder der Schuhanbieter Geox.

Zweitens machen Kleinstbetriebe zunehmend Gebrauch von digitalen Technologien, die den Größennachteil laut Micelli zumindest teilweise wettmachen. Aussteller auf der Messe war

"DWS". Das Unternehmen aus Zanè bei Vicenza ist einer der Pioniere Italiens bei 3D-Druckern. DWS-General-Manager Maurizio Costabeber fertigt mit seinen Wundergeräten Schmuck, Modelle für Architekturbüros und sogar neue Zähne. Dabei arbeitet er bereits mit Zahnarztzentren zusammen.

Wirklich bemerkenswert: DWS dringt in den Markt für Endkonsumenten vor. Der 3D-Drucker „XFAB“ mit der passenden Software dazu richtet sich an Kleinstbetriebe, Designer und Handwerker. Kostenpunkt: 5000 Euro. Costabeber schließt nicht aus, dass der 3D-Drucker eine ähnliche Entwicklung nimmt wie der PC. Kostete der Personalcomputer anfangs noch ein Vermögen, so fand er später Einzug in fast jeden Haushalt. Vielleicht wiederholt sich die Geschichte.