

Zur Überraschung der Branche hat Thomas Carl Schwoerer den von seinem Vater gegründeten Campus Verlag langsam, aber sicher zum erfolgreichsten deutschen Wirtschaftsbuchverlag ausgebaut. Gemeinsam mit einem 50-köpfigen Team bringt Schwoerer Jahr für Jahr 200 Bücher auf den Markt, darunter viele Bestseller. Im Interview mit der «Credo»-Chefredaktion verrät Schwoerer, warum der Stabwechsel vom Vater zum Sohn so gut funktioniert hat, wie das Familienunternehmen tickt und warum ihm Inhalte und gesellschaftliches Engagement mehr bedeuten als wirtschaftlicher Erfolg.

«Neugierig in Bezug auf neue Inhalte»

Credo: Herr Schwoerer, der Campus Verlag hat mit dem Ratgeber «simplify your life» einen Riesenerfolg gelandet. Stimmt es, dass Sie das Buch anfangs nicht im Programm haben wollten?

Thomas Carl Schwoerer: Das ist nicht ganz richtig. Aber ich habe, wie übrigens alle anderen Beteiligten auch, das Potenzial dieses Themas völlig unterschätzt. Niemand hat damals geahnt, dass daraus ein internationaler Erfolg mit Lizenzen in mehr als 20 Ländern werden würde. Ich dachte, was in dem Buch steht, praktiziere ich doch schon längst. Aus meiner beschränkten Warte heraus war das nichts Neues, aber eine ganze Menge Menschen hat das offenbar anders gesehen. Für uns alle war das eine tolle Überraschung – und eine Bestätigung unserer Arbeitsweise: Es ist ja keineswegs so, dass der Verleger allein entscheidet, was auf den Markt kommt. Die meisten Bücher werden schließlich von den Lektoren oder der Verlagsleiterin Programm akquiriert.

Sie führen Campus in der zweiten Generation. Können Sie anderen Söhnen oder Töchtern empfehlen, ins elterliche Unternehmen einzusteigen?

Für mich ist das Thema Nachfolge positiv besetzt, weil es bei uns funktioniert hat. Das hängt in erster Linie damit zusammen, dass mein Vater andere Bäume neben sich wachsen lassen konnte. Er war auf angenehme

Weise bescheiden, was ich mir manchmal einbilde geerbt zu haben. Er war außergewöhnlich, und auch in dieser Hinsicht habe ich viel von ihm gelernt. Trotzdem, ein Stabwechsel geht nie ohne Reibungen ab. Ein wesentlicher Faktor für das Gelingen war, dass ich schnell Verantwortung übernehmen konnte und Raum für eigene Erfolgserlebnisse bekam. Aus denen erwuchs das Selbstvertrauen, ohne das man als Nachfolger nicht reüssieren kann.

Ihr Vater war eine große Verlegerpersönlichkeit. Wie sehr hat er Ihr Unternehmerbild beeinflusst?

In hohem Maße. Ein Verlag lebt von den Mitarbeitern und von der Verantwortung für sie, und beides war meinem Vater wichtig. Er hat seine persönlichen Interessen stets zugunsten von Campus zurückgestellt, und das halte ich ebenso. Familienunternehmen können nur dann erfolgreich sein, wenn sie sich in einer Kontinuität begreifen. Unser Autor Rüdiger Jungbluth, der über die Quandts und die Oetkers geschrieben hat, attestiert Familienunternehmen ein dynastisches Denken. Im Kleinen gilt das auch für uns. Dieser Verlag existiert, wie Sie richtig sagen, in der zweiten Generation, und ich möchte sein Überleben für viele weitere sichern. Dabei geht es nicht nur um das Unternehmen im materiellen Sinn, sondern auch um ideelle Werte. Wir verstehen die



Verbreitung von Denkanstößen als gesellschaftliche Verpflichtung und unterstützen daher unsere Autoren dabei, ihre Themen und Ideen zu veröffentlichen.

Sie sind im Ausland aufgewachsen und erst als Teenager nach Deutschland gekommen. Wann kamen Sie zum ersten Mal mit dem Verlagsgeschäft in Berührung?

Nach Stationen in Sao Paulo und New York kam ich mit 15 nach Frankfurt und habe erst dort angefangen, mich mit gesellschaftlichen Fragen zu beschäftigen. In der Oberstufe erweiterte sich mein Horizont und ich wollte etwas Nützliches tun. Deshalb habe ich auch Volkswirtschaft studiert. Um mein Examen zu finanzieren, habe ich Michael Porters Bestseller «Wettbewerbsstrategie» übersetzt – mein erster intensiver Kontakt mit einem Verlag. Nach dem Studium ging ich zur Bank of America, wollte dann aber doch kein Investmentbanker werden, weil mich störte, dass es in der Branche wirklich nur um Geld ging. Geld ist nicht der primäre Antrieb für mich.

Was hat Sie überhaupt zur Bank gebracht?

Ein Basketballkamerad hat mich auf die offene Stelle aufmerksam gemacht. Zugleich wollte ich herausfinden, wie es in einem Konzern zugeht und wie die Klientel denkt, die sich ein Buch wie Porters «Wettbewerbsstrategie» kauft. Es war eine Übung in Kundennähe, wenn Sie so wollen, aber auch eine in Selbstklärung, weil ich feststellte, dass mich Geld weniger interessiert als Inhalte. Nach zwei Jahren bin ich in die Verlagsbranche gewechselt und habe ein Volontariat bei Klett-Cotta und ein Praktikum in einer Berliner Buchhandlung gemacht. Dann bei Campus einzutreten, hatte auch den Reiz, meinem Vater näher zu kommen. Ich habe ihn erst umfassend erlebt, als wir zusammengearbeitet haben.

Wie hat sich diese Zusammenarbeit entwickelt?

Der Anfang war alles andere als leicht: Ich bezog einen Arbeitsplatz in der ehemaligen Waschküche, von wo aus die Rezensionsexemplare verschickt wurden. Es war sehr eng und ich musste mich durchkämpfen. Ich habe dann 1986 damit begonnen, ein Wirtschaftsprogramm aufzubauen. Im Frühjahr 1988 stellten sich erste Erfolge ein, und Jahr für Jahr kam ich mehr in die Geschäftsleitungsfunktion hinein. Anfang der Neunzigerjahre wurde ich Gesellschafter und 1995 schließlich Alleingeschäftsführer. Der Tod meines Vaters im Jahr 1997 brachte dann nochmals einen großen Schub an Verantwortung. Den Verlag ganz allein zu tragen, war doch etwas anderes, und in diesen Jahren bin ich sicherlich persönlich am meisten gewachsen.

Bücher kann man heute auf dem Laptop lesen oder auf dem iPod anhören. Viele Leute finden aber, das haptische Erleben eines Buches sei durch nichts zu ersetzen. Wie sehen Sie die Zukunft des Buchs?

Für mich hat ein Buch eindeutig eine besondere Aura, aber das sehen jüngere Leute nicht mehr unbedingt so. Die einzig sinnvolle Schlussfolgerung ist, verschiedene Medien und Erscheinungsformen anzubieten. Wir bringen die Ideen dorthin, wo die Menschen sie abholen wollen – statt darauf zu warten, dass sie auf uns oder den Buchhandel zukommen. Wir gehen das Thema Digitalisierung offensiv an, aber parallel dazu steigern wir die Qualität der Ausstattung, weil auch dort die Ansprüche wachsen. Buchliebhaber haben heute hohe Erwartungen an das Umschlagsdesign, den Druck und das Papier. Ich denke, dass wir in zehn Jahren zehn Prozent unseres Umsatzes digital erwirtschaften werden. Ich sehe aber nicht, dass damit der besondere Stellenwert des Buches in der Gesellschaft verschwindet. Wir müssen vielleicht damit leben, dass ein Teil unserer Kunden kein besonderes Verhältnis mehr zur klassischen Gestalt eines Buches entwickeln wird. Aber der Inhalt oder die Idee stehen für uns im Vordergrund. Die Frage der Übermittlung oder des Transports sind demgegenüber zweitrangig.

Wie kann man einen Verlag wirtschaftlich erfolgreich führen und trotzdem anspruchsvolle Bücher herausbringen?

Ein Grundpfeiler unseres Programms besteht wie gesagt darin, gesellschaftliche Debatten anzustoßen und Ideen in die Welt zu setzen. Der andere Grundpfeiler, der den ersten absichert, liefert Führungskräften und Ratsuchenden Gebrauchswert. Das Rubrum über beiden heißt Wirtschaft und Gesellschaft. Das ist unsere Identität. Um diese Verlagsstrategie umzusetzen, braucht man vor allem die richtigen Mitarbeiter. Zu den wichtigsten Entscheidungen gehört die, mit welchen Leuten man zusammenarbeitet. Im Verlagswesen kommt es auf intelligente Menschen an, die ein Vertrauensverhältnis zu Autoren aufbauen und den potenziellen Konflikt zwischen guten Inhalten und guten Zahlen aushalten können. Diese Auseinandersetzung lässt sich nie eindimensional lösen, das ist das Spannende am Verlagswesen.

Das hört sich an, als besäßen Ihre Mitarbeiter eine geradezu idealtypische unternehmerische Energie.

Es gibt durchaus Verlage, die ihren Mitarbeitern nicht so viel Verantwortung zumuten, was aber in meinen Augen eine Art von Entmündigung ist. Ich kann doch erst dann eine Entscheidung fällen, wenn ich ihre ökonomischen Konsequenzen kenne. Campus-Mitarbeiter

haben im Branchenvergleich ein sehr gutes Gefühl für Zahlen und den Markt, und bringen dennoch eine große inhaltliche Aspiration mit. Auf diese ganzheitliche Haltung legen wir großen Wert – kombiniert mit einer Unternehmensphilosophie, die die Selbstverantwortung der Mitarbeiter in den Mittelpunkt stellt.

Sind kleinere Verlage eher in der Lage, gesellschaftliche wichtige Themen zu setzen?

Nein, das glaube ich nicht. Jeder Sachbuchverlag, der etwas auf sich hält, möchte das anspruchsvolle Buch verlegen, das durch Originalität besticht. Wir haben allerdings etwas mehr Spielraum für Experimente als ein Konzernverlag, der oftmals einer vorgegebenen Rendite folgen muss. Wird ein Familienunternehmen gut geführt, bietet es seinen Mitarbeitern Kontinuität und kurze Entscheidungswege – beides große Stärken, wenn Sie herausragende Mitarbeiter und Autoren binden wollen.

Verlage arbeiten von Haus aus an der Schnittstelle zwischen Ökonomie und Kultur. Wie können sie dazu beitragen, kulturelles Bewusstsein gegenüber ökonomischem Denken zu stärken?

In erster Linie durch ihre Programmgestaltung. Unser Anspruch ist es, Impulse für gesellschaftliche Debatten zu geben und Menschen für Ideen zu begeistern. Darüber hinaus muss die gesamte Branche auf die kulturpolitische Bedeutung des Buches hinweisen, und das tut sie etwa durch Buchpreise oder Leseförderung. Wir geben klare Signale, dass es uns nicht nur ums Geld geht. Wir verlegen kein Buch nur aus dem Grund, weil es eine hohe Auflage verspricht, und wir nehmen auch mal Bücher an, die ihren Deckungsbeitrag nicht erwirtschaften. Da haben wir es als unabhängiger, nicht an der Börse notierter Verlag leichter, verdienen aber vielleicht auch etwas weniger. Ich bin aber generell der Überzeugung, ein Unternehmen verdient dann gut, wenn es im Sinne seiner Kunden und, wie in unserem Fall, im Sinne seiner Autoren gut arbeitet. Dann stellt sich der wirtschaftliche Erfolg zwangsläufig ein. Das tut er aber nicht unbedingt, wenn man immer nur an die Zahlen denkt.

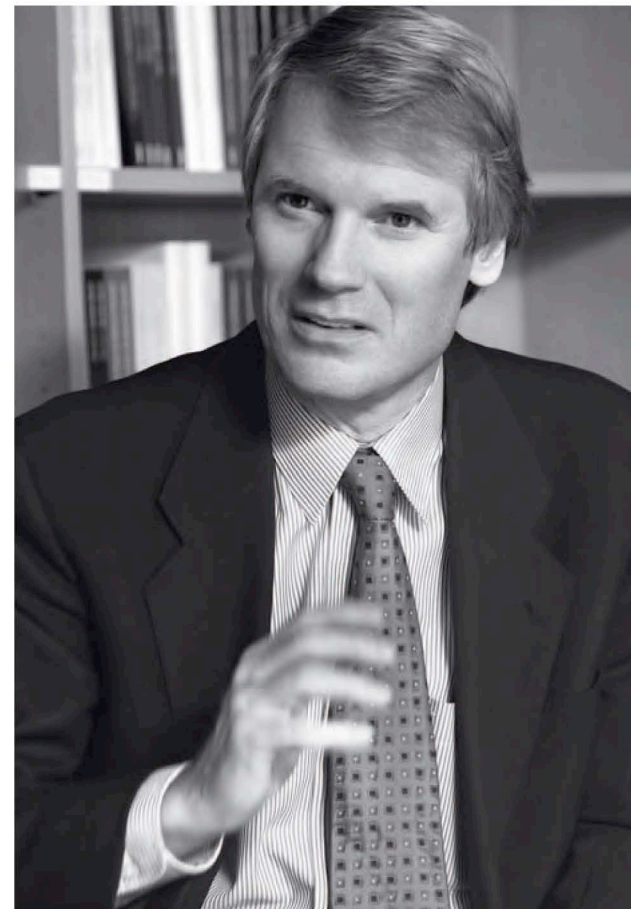
Sie haben bereits gesagt, wie wichtig Ihnen das gesellschaftliche Engagement Ihres Verlages ist. Sehen Sie auch eine besondere Verpflichtung des Einzelnen, sich zu engagieren – vor allem, wenn er Vermögen hat?

Ein Mindestmaß seines Vermögens sollte jeder gesellschaftlich nützlichen und wichtigen Einrichtungen zur Verfügung stellen. Das darf man schon erwarten von Menschen, die über ein bisschen mehr Geld verfügen.

Vermögende und Vermögenskultur sind bisher für den Buchmarkt kaum ein Thema, und ebenso wenig die Verwendung von Spenden zum Beispiel in der humanitären Hilfe. Woran liegt das?

Es gibt durchaus Bücher zum verantwortlichen Einsatz von Vermögen, etwa «Nach der Ego-Gesellschaft» von Thomas Range. Beim Thema Spenden ist das schon anders. Wir haben gerade einen amerikanischen Autor gebeten, für sein Buch über Entwicklungspolitik einen Anhang dazu zu schreiben: Welche Spendenorganisationen sind empfehlenswert, wohin geht das Geld etc. Er hat abgelehnt, weil die wissenschaftliche Basis fehlt. Das ist aber kein Grund, nicht zu spenden. Vermögende müssen, wie im Geschäftsleben auch, ohne hundertprozentige Gewissheit entscheiden, wofür sie sich einsetzen wollen. Es ist der Anspruch des demokratischen Staates an seine Bürger, sich zu engagieren. Tun sie das nicht, kann das Gemeinwesen nicht funktionieren. ■

Thomas Carl Schwoerer, studierter Volkswirt und gelernter Banker, übernahm den 1975 gegründeten Campus Verlag von seinem Vater Frank und machte ihn zu einem der erfolgreichsten deutschen Sachbuchverlage. Schwoerers Verdienst ist unter anderem der Aufbau des erfolgreichen Wirtschaftsprogramms. 2001 wurde er als «Verleger des Jahres» ausgezeichnet. Regelmäßig füllen Campus-Titel die Bestsellerlisten.



«Man muss das Erbe innerlich ergreifen»



«Der Vater erstellt's, der Sohn erhält's, dem Enkel zerfällt's.» Die alte Volksweisheit trifft heute auf beinahe jedes dritte Familienunternehmen zu. Bei Familie Roeckl aber widerlegen bereits die Ur-Ur-Ur-Enkel das Sprichwort. Handschuhmachermeister Jakob Roeckl eröffnete 1839 das erste Ladengeschäft in München, und seine Nachfahren haben das Unternehmen Roeckl Handschuhe & Accessoires GmbH & Co. KG durch Weltkriege und Wirtschaftskrisen erfolgreich bis hinein ins dritte Jahrtausend gesteuert. 2003 hat Stefan Roeckl sen. die Geschäftsführung seiner Tochter Annette übergeben. Mit großem Vertrauen in ihre Fähigkeiten verfolgt er seither, wie sie das Haus in die Zukunft führt. Im Dialog der beiden Roeckls zeigt sich: Auch Annette hat die Gründer-Energie, die man braucht, um ein Erbe erfolgreich anzutreten.

Annette Roeckl: Du hast beides schon erlebt, was ist also leichter: Erben oder Vererben?

Stefan Roeckl: Da muss ich gar nicht lange nachdenken – vererben ist viel leichter. Mir ist es jedenfalls nicht schwer gefallen. Alles hat seine Zeit, und man ist danach eine große Verantwortungslast los. Es gibt andere Dinge in diesem Leben, die ich machen will, und auf die ich mich freue. Wenn man dagegen erbt, fängt alles an: Die Arbeit, die Ungewissheit, das Risiko.

Annette Roeckl: Am Besten drückt das für mich der Goethe-Satz aus: Was du ererbt von deinen Vätern, erwirb es, um es zu besitzen. In den ersten beiden Jahren habe ich diesen Satz immer wieder neu verstanden und gemerkt, wie viel tiefe Weisheit da drinsteckt. Erben heißt, einen wunderbaren Fundus erhalten, ein solides, klar aufgebautes Fundament. Doch das ist ein



«Vererben ist viel leichter,
mir ist es jedenfalls nicht schwer gefallen.
Wenn man erbt, fängt alles an:
Die Arbeit, die Ungewissheit, das Risiko.»
Stefan Roeckl

«Erben heißt, einen wunderbaren
Fundus erhalten, ein solides Fundament.
Doch das ist ein äußerlicher Vorgang.
Solange ich das Erbe nicht innerlich
selbst ergreife, bleibt es fremd, schal, kraftlos.»
Annette Roeckl

äußerlicher Vorgang. Solange ich das Erbe nicht innerlich selbst ergreife, bleibt es fremd, schal, kraftlos und ist mir nicht wirklich zugänglich.

Stefan Roeckl: Ja, man muss den Impuls des Neuanfangs spüren, ich nenne es die Gründerenergie. Dazu kommt die Verantwortung.

Annette Roeckl: Als ich zur Geburt meines Sohnes ins Krankenhaus fuhr, konnte ich mir nicht vorstellen, wie es sein würde, zu zweit wieder rauszukommen. So ähnlich war es mit der Übernahme der Geschäftsführung. Ich bin zwar hineingewachsen, und dennoch war alles anders, als du nicht mehr da warst und ich die letzte Verantwortung bekam. Es war gut, aber es war anders.

Stefan Roeckl: Verantwortung kann man eben nicht lernen.

Annette Roeckl: Es geht noch weiter: mitverantwortlich oder letztverantwortlich – den Unterschied kennt man vorher gar nicht. Verantwortlich für das Heute, für die Zukunft und auch für die Vergangenheit. Als in mir das Thema Firmennachfolge reifte, da habe ich plötzlich auch die fünf Vorgänger-Generationen als Verpflichtung gespürt. Ich übernehme nicht irgendein Unternehmen, sondern das meines Vaters und meiner Vorfäter. Die haben ihre Lebenszeit, ihre Lebenskraft da hinein investiert. 150 Jahre lang, über fünf Generationen hinweg. Inzwischen hat sich das relativiert, aber zu Beginn war das sehr präsent.

XXII		Dialog		Stefan und Annette Roeckl		XXIII	
<i>Stefan Roeckl, 66, studierte Biologie und Medizin, als der für die Nachfolge vorgesehene Bruder 1960 tödlich verunglückte. Kurzfristig stieg er in das Unternehmen ein und übernahm 1966 dessen Führung in fünfter Generation. In seine Zeit fallen der Ausbau des Filialnetzes und der Aufbau einer Handschuhproduktion in Rumänien. Seit 2003 leitet sein Sohn Stefan jun. den Bereich Sporthandschuhe. Im gleichen Jahr übergab Stefan Roeckl die alleinige Geschäftsführung an seine Tochter Annette.</i> <i>Annette Roeckl, 39, repräsentiert die sechste Generation der Unternehmerfamilie. 1992 trat sie als Auszubildende in die Firma ein. Im Laufe der Jahre erkannte sie immer stärker ihre Verbundenheit zum Produkt, zum Unternehmen und zur Tradition. Seit 2003 trägt sie die alleinige Verantwortung. Gern lässt sie sich in ausgewählten Bereichen – etwa beim Ledereinkauf – von ihrem Vater unterstützen.</i>		Stefan Roeckl: Im Gegensatz zu dir hatte ich damals überhaupt keinen Bezug zur Vergangenheit. Ich habe mich nie mit der Firma oder der Herkunftsfamilie identifiziert. Die beiden älteren Geschwister waren eher die Traditionsträger. Und als ich dann nach dem Unfalltod meines Bruders plötzlich in die Rolle des Nachfolgers kam und mein Vater so schnell übergeben wollte, da war ich voll konzentriert im Hier und Jetzt. Die Ahnen hatte ich nie im Bewusstsein bei meiner Arbeit, sondern den Vorwärtsdrang, die Geschichte ergreifen und nach vorne tragen. Ich glaube außerdem, dass dein Großvater den Betrieb nicht mit Herz und Seele geführt hat. Er hat immer gesagt: «Der Kronprinz wird nicht gefragt, ob er König werden will.» Heute muss so etwas von innen kommen, damals wurde von außen vererbt, ohne Diskussion. Annette Roeckl: Uns vier Geschwistern war aber immer klar, dass einer die Firma weiterführen wird. Jeder hat sich mal mit dem Thema beschäftigt. Es blieb unausgesprochen, aber es war sonnenklar: Das ist kein Kann-Erbe, das ist ein Muss-Erbe. Stefan Roeckl: Tatsächlich? Das war mir gar nicht bewusst. Ich habe euch doch immer gesagt, ihr müsst das aus eurem eigenen Impuls, aus freiem Willen entscheiden. Unternehmer sein ist keine Leichtigkeit und man kann das nur gut machen, wenn man es richtig mit Herz und Seele ergreift und voll dahinter steht. Das individuelle Leben des Einzelnen ist mir wichtiger als eine nicht organische, nicht voll gewollte Firmennachfolge. Annette Roeckl: Ich weiß, das hast du immer gesagt und das ist auch genau so bei uns angekommen. Wir durften das auch so annehmen, dieses: «Macht das, was ihr für richtig haltet.» Aber über deine Person hinaus stand die Frage als Familienaufgabe ganz klar im Raum. Stefan Roeckl: Und dann hat sich alles in deine Richtung entwickelt. Zuerst hast du als junge Mutter aus rein pragmatischen Gründen eine Ausbildung im Haus begonnen. Erst als deine Mutter den Autounfall hatte und die Werbung für den Saison-Auftritt fertig werden musste, hatte ich das Gefühl, dass du wirklich Interesse entwickelst. Annette Roeckl: Das stimmt. Es gab plötzlich eine Aufgabe, einen Termin und eine Verantwortung. Da war auf einmal die Erfahrung: Es ist wichtig, sinnstiftend und wird gebraucht, was ich tue. Es machte Spaß und war vielfältiger, gehaltvoller, als ich das bisher wahr-		genommen hatte. In der Zeit habe ich gemerkt, dass ich mich innerlich verbinde. Dass mir die Handschuhe, die Marke, der Familienbetrieb, die Tradition wirklich am Herzen liegen. Da wusste ich, dass ich das Unternehmen in die Zukunft führen will. Das war eine Schlüsselzeit. Stefan Roeckl: So klar war das für mich damals noch nicht ersichtlich. Es war hilfreich, dass du die Aufgabe übernommen hast, und du hast das auch sehr gut und kreativ gemacht, aber mit der Firmennachfolge hatte das für mich zunächst gar nichts zu tun. Annette Roeckl: Ich glaube, du hast schon gespürt, dass sich in mir etwas verändert hat. Nach Mutters Unfall im Spätherbst dauerte es etwa ein halbes Jahr. Dann gab es im Sommer diesen kurzen Wortwechsel zwischen uns. Ich stand vor der Garage, als du beiläufig gefragt hast: «Gell, das machst du schon weiter?» Und ich wusste, was das «Ja» bedeutet, dass ich gleich sagen werde. Viel mehr hat dazu nicht stattgefunden. Stefan Roeckl: Danach gab es noch eine Familienrunde, in der die Firmennachfolge thematisiert und die Brüder nochmals nach ihren Interessen befragt wurden. Dann war klar, dass du die Nachfolge antreten würdest. Deine Mitarbeit im Unternehmen bekam eine andere Ausrichtung. Ich würde sagen, der Übergang war fließend, es konnte wachsen. Ich habe dir später im ersten Schritt die Verantwortung für den Einzelhandel übertragen, nicht die Gesamtverantwortung, aber einen wesentlichen, schwierigen Teil des Unternehmens, wo du langsam in die Verantwortung hineinwachsen konntest. Annette Roeckl: Und du konntest gut loslassen. Eine Revolution gab es nicht. Da waren dann schon mal unterschiedliche Meinungen, aber alles sehr sachorientiert, nüchtern. Das Tagesgeschäft lebt durch die Weiterentwicklung, da gab es keine großen Diskussionen. Nach deinem Ausscheiden als Geschäftsführer merkte ich allerdings, dass ich befangen war, Dinge zu verändern. Warum eigentlich? Die Antwort lautet: Ich wollte nie Kritik üben an deiner Tätigkeit und an dem, was ich übernommen habe. Heute glaube ich, ich hatte die unbewusste Angst, jede Änderung sei gleichzusetzen mit Kritik. Und die stand mir weder zu, noch wollte ich sie üben. Es dauerte eine Zeit bis ich gemerkt habe, das sind zwei verschiedene Paar Schuhe. Ich darf und ich muss die Aufgaben und Prioritäten für die Zukunft meines Unternehmens so interpretieren, wie es für mich richtig ist. Ohne das Gefühl, dass ich dir damit		vielleicht zu nahe trete. In dieser Zeit hat sich mir eine neue Dimension von Tradition erschlossen: Tradition ist nicht die Anbetung der Asche, sondern das Weitertragen der Glut. Stefan Roeckl: Ob du dich durch meine Anwesenheit gehemmt gefühlt hast, das musst du bewerten. Ich hatte jedenfalls nie ein Problem mit Innovationen. Ich habe selber viele einführen müssen. Es war eine Zeit, in der der Markt immer wichtiger wurde. Da hat sich schon viel verändert, bevor du übernommen hast. Annette Roeckl: Es war spannend, wie ich nach der Übergabe alles in völlig neuer Wertigkeit, mit neuen Inhalten entdeckt habe. Wie ich merkte, wie schön und großartig ein Vermögen ist: Es schafft Möglichkeiten, und es ist mit etwas Überpersönlichem verbunden. Stefan Roeckl: Vermögen ist immer wichtig. Nicht als solches, persönlich habe ich gar keinen luxuriösen Lebensstil, aber als Mittel zum Zweck. Das Vermögen bietet der Firma, den Mitarbeitern und der nachfolgenden Generation eine sichere Basis. Das Vermögen zu erhalten und mit Augenmaß weiterzuentwickeln ohne riskante Eskapaden, das ist wichtig. Annette Roeckl: Darauf richtet sich jetzt meine Energie. Auf die Verantwortung für das Unternehmen und die Menschen, die hier arbeiten, auf die Zukunftsentwicklung. Und auf meinen Sohn. Ich bin gespannt, wie er das eines Tages erleben wird. Ich weiß noch genau, als ich 17 Jahre alt war, da hätte ich nichts über Firmennachfolge hören wollen. Bei ihm werde ich so verfahren, wie du mit uns, das war für uns alle sehr wertvoll. Wenn er sich für die Firma entscheidet, muss er das aus freien Stücken tun, ich werde ihn nicht drängen. Das hast du auch nicht getan. Ich finde unser beider Verhältnis ziemlich gut, das muss ich dir mal sagen. Eine sehr gelungene Konstellation. Ehrlich gesagt war ich bis zuletzt unsicher, wie es dir gehen wird nach der Übergabe, schließlich habe ich dich fast vier Jahrzehnte als Vollblutunternehmer erlebt. Stefan Roeckl: Und dann bin ich am 1. Mai, zum neuen Geschäftsjahr, komplett aus der operativen Geschichte ausgestiegen. Das war eine neue Freiheit. Auch wenn mich das Unternehmersein, das Gestalten, mit Menschen zusammenarbeiten, wirklich erfüllt hat. Es war eine gute Alternative zu meinem ursprünglichen Berufswunsch Arzt. Aber weißt du, was mich besonders freut? Dass zwei deiner Brüder Mediziner geworden sind. ■	