

Interviewreihe „Hidden Champions“

„Wir erweitern unseren Fokus und setzen auf neue Märkte und Branchen“

20.01.2026 · Das Gespräch führte Melanie Krauß · 5 min Lesedauer · 

Der „Kuchen“ im DACH-Raum wird kleiner. Im Interview spricht Arku-Geschäftsführer Gottfried Sihler über Marktbereinigung, die Konkurrenz aus China und seine Ambitionen beim Entgraten.



*Gottfried Sihler ist seit Oktober 2024 Vorsitzender der Geschäftsführung bei der Arku-Gruppe. Er blickt auf eine erfolgreiche Karriere bei Konzernen wie Robert Bosch, Bosch Rexroth und ZF Friedrichshafen zurück. Sihler selbst beschreibt sich als vielseitige Führungskraft, die sowohl in Phasen des Wachstums als auch in Krisenzeiten den Erfolg vorantreibt, gestützt durch seine internationale Erfahrung und mehrsprachige Kompetenz.
(Bild: Foto Christiane)*

MM Maschinenmarkt: Herr Sihler, vielen Dank, dass Sie sich die Zeit für dieses Gespräch genommen haben. Was macht Arku aus Ihrer Sicht zu einem Hidden Champion?

Gottfried Sihler: Für mich ist Arku ein klassischer Hidden Champion, weil wir in unserem Spezialgebiet, den Richtmaschinen, eine führende Stellung auf dem Weltmarkt einnehmen. Wir sind weltweit bekannt für unsere langlebigen Maschinen, technische Expertise und Servicequalität. Unsere Strategie fokussiert sich darauf, unsere Nische zu beherrschen, indem wir nicht alles anbieten, sondern das, was wir machen, wirklich gut machen.

Außerdem hören wir unseren Kunden genau zu und können dadurch nicht nur einzelne Maschinen, sondern komplette Prozesslösungen anbieten. Das macht uns aus meiner Sicht zu einem Hidden Champion. Es gibt aber auch Bereiche, in denen wir noch wachsen wollen,

beispielsweise im Geschäftsfeld des [Entgratens](#), wo wir uns unter den Top 3 positionieren möchten.

Was sind Ihre Strategien, um im Bereich Entgraten weiter nach vorne zu kommen?

Sihler: Ein wichtiger Punkt ist die Innovation. Wir haben unser Produktportfolio um eine neue Generation von Maschinen erweitert, die nicht nur in Sachen Leistung, sondern auch in Bezug auf Ästhetik und Kundennutzen neue Maßstäbe setzen. Es ist ein hart umkämpfter Markt, aber wir glauben fest daran, durch kontinuierlichen Fortschritt und Kundenverständnis weiter überproportional zu wachsen.

Apropos hart umkämpfter Markt: Der Wettbewerb wird zunehmend international. Besonders Maschinen aus China holen technologisch auf. Wie begegnet Arku dieser Herausforderung?

Sihler: Der chinesische Wettbewerb ist in vielen Drittstaaten präsent, wobei die Qualität noch sehr unterschiedlich ist. Wer Arku kauft, entscheidet sich für Qualität „Made in Germany“, Verlässlichkeit und individuelle Lösungen und kauft normalerweise nicht chinesisch. Wir haben eine eigene Tochterfirma, die dort Vertrieb und Service leistet. Somit haben wir schon früh begonnen, uns mit den chinesischen Angeboten auseinanderzusetzen und testen diese intensiv. Daher können wir für unsere Kunden die Unterschiede klar herausarbeiten.

Ich kann mir vorstellen, dass es Unterschiede gerade auch beim Thema Service gibt.

Sihler: Man darf den chinesischen Wettbewerb beim Service nicht unterschätzen. Sie sind sehr schnell und arbeiten auch schon viel mit innovativen Lösungen beispielsweise auf Basis von Künstlicher Intelligenz. Wir dürfen uns also auf keinen Fall ausruhen und müssen uns weiterentwickeln, indem wir selbst KI-Agenten einsetzen. Noch sind wir da in den Anfängen, aber wenn wir in einem Jahr nochmal sprechen, wird das sicherlich anders sein.

Auch im DACH-Markt tut sich ja aktuell so einiges. Wie geht Arku mit diesen Veränderungen um?

Sihler: Wir bemerken, dass der „Kuchen“ im DACH-Raum kleiner geworden ist, insbesondere im Automotivesektor spüren wir die Investitionszurückhaltung deutlich. Historisch gesehen war dieser Bereich ein wesentlicher Bestandteil unseres Geschäfts. Um darauf zu reagieren, haben wir entschieden, unseren Fokus zu erweitern und verstärkt auf neue Märkte und Branchen zu setzen.

In Osteuropa, etwa, sehen wir vielversprechende Wachstumschancen und reagieren darauf mit gezielten Vertriebsaktivitäten. Zudem wird [Blechbearbeitung](#) in vielen verschiedenen

Branchen eingesetzt, die nicht nur vom DACH-Markt abhängig sind und auf die wir unser Angebot zunehmend ausweiten, wie zum Beispiel in der Infrastruktur oder der Luftfahrt.

Darüberhinaus sehen wir im indischen Markt Potenzial und intensivieren derzeit unsere Vertriebsaktivitäten. Indien stellt eine Herausforderung durch seine spezielle Marktstruktur dar, doch wir sind überzeugt, dass unsere Maschinen dort einen echten Mehrwert bieten werden.

Laut einer aktuellen Studie von Deloitte und dem BDI denken zwei von drei Industrieunternehmen aktuell darüber nach, ihre Produktion ins Ausland zu verlagern. das auch für Arku ein Thema?

Sihler: Für Arku ist die Verlagerung der Produktion ins Ausland kein Thema. Wir schätzen Expertise und die Zuliefererbeziehungen hier in Deutschland sehr. Unsere Maschinen werden auch weiterhin hier produziert, um die hohe Qualität und Präzision sicherzustellen, die unsere Kunden erwarten.

Natürlich sind wir im Vertrieb international aufgestellt, um den globalen Markt bestmöglich bedienen zu können. Dennoch sehen wir die Vorteile unserer Produktion hier im Land, zu unserer Fachkräfte in der Region entscheidend zu unserem Erfolg beitragen. Wenn sich allerdings große Marktveränderungen abzeichnen, bewerten wir die Situation neu, aktuell das jedoch nicht in Planung.

Ich höre da raus: Fachkräftemangel ist bei Ihnen aktuell kein Problem?

Sihler: Unsere Region, um Baden-Baden herum, hat traditionell eine starke Automobilindustrie, die allerdings gerade im Rückwärtsgang ist, was uns den Zugang zu qualifizierten Fachkräften erleichtert. Viele der Fachkräfte, die aus der Automobilbranche kommen, sehen im Mittelstand attraktive Perspektiven, da hier ihre Expertise vielseitig eingebracht werden kann.

Doch nicht jeder, der aus einem Konzernumfeld kommt, ist automatisch geeignet für den Mittelstand. Hier sind Flexibilität und ein pragmatischer Ansatz gefragt, da die Entscheidungswege viel kürzer und direkter sind. Man muss also immer prüfen: Passt die Person zu Arku? Ist sie mittelstandsfähig?

Sie selbst haben ja einen ähnlichen Weg hinter sich und waren vor Arku insbesondere in großen Konzernen tätig. Wie war der Wechsel für Sie?

Sihler: Der Wechsel war definitiv eine neue Erfahrung für mich. Aus meiner Zeit im Konzernumfeld war ich es gewohnt, für viele Aufgaben spezialisierte Abteilungen zu haben. Im Mittelstand bei Arku ist das anders – hier mache ich vieles selbst, von der Weihnachtsansprache bis zur Reisevorbereitung.

Diese direkte Herangehensweise an Aufgaben hat mich anfangs herausgefordert, aber es ist auch sehr befriedigend zu sehen, wie Entscheidungen schnell umgesetzt werden. Es war, als ob man in gewisser Weise ins kalte Wasser springt, aber diese Nähe zu allen Abläufen und die Verantwortung, die man übernimmt, empfinde ich als ausgesprochen wertvoll. Es hat mir eine ganz neue Perspektive auf meine Arbeit eröffnet.

Abschließend würde ich mit Ihnen gerne noch einen Blick in die Zukunft werfen. Auf welche Entwicklungen müssen wir uns in der Industrie einstellen und wie sieht entsprechend Ihre Vision für Arku aus?

Sihler: In den nächsten Jahren rechne ich durchaus mit einer Marktbereinigung, besonders im Zusammenhang mit der aktuellen Schwäche der Automobilindustrie. Unternehmen, die stark von diesem Sektor abhängig sind, müssen sich dringend neu ausrichten, um nicht ins Straucheln zu geraten. Einige werden es schaffen, sich neue Geschäftsfelder zu erschließen und neue Branchen für sich zu gewinnen. Andere jedoch werden Schwierigkeiten haben und möglicherweise nicht mehr lange am Markt bestehen.

Für Arku bedeutet das, dass wir weiterhin auf Diversifikation und Innovation setzen müssen. Unser Ziel ist es, als Familienunternehmen finanziell stabil zu bleiben und uns in Nischen zu positionieren, wo wir echten Mehrwert für den Kunden bieten können. Die Marktbereinigung könnte uns auch Chancen eröffnen, neue Marktanteile zu gewinnen und unsere Position weiter zu festigen.

Was unsere Vision betrifft, so streben wir an, unsere Position als führender Anbieter im Richten und Entgraten weiter auszubauen. Wir möchten Innovationen vorantreiben und gleichzeitig unsere globale Präsenz verstärken. Im Hinblick auf unsere 100-jährige Jubiläumsfeier im Jahr 2028 sehen wir dies als einen Meilenstein, der symbolisiert, dass wir nicht nur über die Jahrzehnte hinweg erfolgreich waren, sondern auch für die Zukunft gut gerüstet sind.

Herr Sihler, vielen Dank für das Gespräch. Wir freuen uns darauf, Ihre Entwicklungen weiter zu verfolgen.

(ID:50663192)