

Marktanteile gewinnen

Die Märkte werden schwieriger. Wie reagieren die Unternehmen darauf? Als einer der ersten stellt sich Dr. Felix Strohbichler, Geschäftsführer Palfinger Europe, den Fragen von *Kran & Bühne*.



Dr. Felix Strohbichler, Geschäftsführer Palfinger Europe

Das Jahr 2009 wird ein schwieriges. Nichtsdestotrotz plant Palfinger auch in diesem Jahr mehr als eine positive Null zu schreiben, bestätigt Dr. Felix Strohbichler im Gespräch mit *Kran & Bühne*. Der Geschäftsführer von Palfinger Europe erklärt, dass das Unternehmen gleich mehrere Punkte angegangen ist, um dieses Ziel zu erreichen. So ist auch bei Palfinger ein Rückgang der Aufträge im Zuge der Weltwirtschaftskrise zu spüren, weswegen die Produktion gedrosselt wurde. Zusätzlich zu diversen Kostensenkungsmaßnahmen mussten auch knapp 100 Mitarbeiter gekündigt werden und Kurzarbeit wurde in den österreichischen Märkten eingeführt. Die ersten Effekte sind bereits im Unternehmensergebnis zu spüren. Auf der anderen Seite hat das Unternehmen sein Service- und Ersatzteilgeschäft gut aufgestellt. Gerade wenn die Besitzer der Maschinen sich für eine längere Laufzeit entscheiden, gewinnt der Servicebereich an Bedeutung. Dazu sollen neue Märkte wie beispielsweise der Irak oder auch Afrika verstärkt ausgebaut werden. Diese können jedoch kein Ausgleich zu europäischen Märkten darstellen. „Wir setzen darauf, dass im Herbst eine Erholung eintritt“, sagt Strohbichler und fügt an: „für diesen Fall hat Palfinger eine hervorragende Ausgangsposition.“

Palfinger sieht sich insgesamt gut aufgestellt. In den letzten drei Jahren wurden 80 Millionen Euro in die Werke investiert. Die Produktion läuft inzwischen mit den hochmodernsten



Das hochmoderne Werk im österreichischen Lengau

Standards. Die Herstellung beispielsweise der Sechskant-Ausleger erfolgt im Werk Lengau. Im Gegensatz zu anderen Ladekranherstellern hat Palfinger ein Verfahren entwickelt, mit dem der Ausleger nur noch eine

Schweißnaht benötigt. Auch die hochmoderne Kathodische Tauchlackierung bietet einen besseren Oberflächenschutz des Stahls. „Wir erwarten für die kommenden ein, zwei Jahre eine Marktberreinigung“, wirft Strohbichler einen Blick in die Zukunft. Mit einer Eigenkapitalquote von derzeit knapp 50 Prozent, erst jüngst veröffentlicht im Jahresgeschäftsbericht, hat Palfinger auch die nötige finanzielle Potenz, um die jetzt schwächere Konjunktur durchstehen zu können.

Wenn die Ängste wieder aus den Köpfen verschwunden seien, wird es mit den relativ gesunden Märkten wie Deutschland, Frankreich, den skandinavischen Ländern oder auch Österreich und der Schweiz wieder bergauf gehen, ist die Prognose von Strohbichler. Für Irland und Spanien wird nicht so schnell mit einer Erholung gerechnet. Bei den osteuropäischen Ländern, allen voran Russland, ist der Ausgang ungewiss. Der Markt kann sich sehr schnell ins Positive wenden, aber auch in der jetzigen Situation verharren, je nachdem, wie die Weichen in der dortigen Finanzwelt gestellt werden.

Einen kleinen Paradigmenwechsel gab es in diesem Jahr indes bei der Vorstellung der neuen Modelle. Nicht mehr die großen Messen werden nun als Premierenort ausgewählt. Gerade den kleineren Veranstaltungen, wie beispielsweise der Mawev, wird mehr Aufmerksamkeit gewidmet. So erhalten einige der zahlreichen Vertriebspartner von Palfinger die Chance auch das Rampenlicht für sich zu nutzen. Gleich vier Neuheiten waren am Stand des österreichischen Partners Kuhn Ladetechnik zu bewundern. Und dass Palfinger auch weiterhin an derzeit schwächere Märkte glaubt, wird mit der Präsenz auf der CTT in Russland verdeutlicht.

K&B



Palfinger setzt Laserschneidgeräte der neuesten Generation ein