



„Der Markt ist voll“

Auf der bauma 2016 hat Alexander Ochs mit JLG-Deutschland-Geschäftsführer Laurent Montenay gesprochen. Es geht um Toucane, Telestapler, TCO – und die besten Mitarbeiter.

Laurent Montenay, 44, ist dreifacher Vater und seit Juli 2012 Geschäftsführer von JLG Deutschland.

Monsieur Montenay, Sie sind jetzt seit knapp vier Jahren Geschäftsführer von JLG Deutschland...

Unglaublich. Das ging sehr schnell rum und war und ist sehr interessant.

Inwiefern?

Jeder Markt ist anders. Wir haben viele Branchen, die wir bedienen. Ich glaube, nur in Deutschland haben wir diese Mischung aus internationalen Firmengruppen, kleinen und großen regionalen Familienunternehmen, Endkunden, Industriekunden und Landwirtschaftskunden. Das stellt in meinen Augen ein sehr interessantes Potenzial dar. Und zwar für alle Produkte, seien es Arbeitsbühnen, Vertikalmast oder Teleskopstapler.

Kurze Rückblende: Aus welcher Branche kamen Sie vorher?

Ich war vorher bei Komatsu, also im Baumaschinenbereich, und anschließend Direktor im Joint-Venture von JLG und Caterpillar für die Teleskopstapler. Somit bin ich schon zehn Jahre bei JLG.

Sie haben jetzt als Geschäftsführer einmal den kompletten Branchenzyklus durchgemacht: bauma, Conexpo und Intermat. Wie sehen Sie den deutschsprachigen Markt für Arbeitsbühnen 2016?

Der Markt in Deutschland hat sich in den letzten zehn Jahren verändert. Ich glaube, wir treten gerade in eine neue Ära ein. Warum? Weil der Markt, wie ich glaube, ziemlich voll mit Maschinen ist, gesättigt also, und die Endkunden und Vermieter deshalb nach Nischenprodukten und neuen Produkten generell suchen. So beispielsweise Maschinen mit höherer Korbkapazität, weil die Menschen ein bisschen größer und schwerer geworden sind (*grinst*) und auch mehr Werkzeug dabei haben. Oder nehmen Sie unsere neue – zusammen mit Hinowa entwickelte – Raupenbühne: Da haben Sie 230 Kilo Kapazität im gesamten Arbeitsbereich. Das ist ein Trend. Das zweite große Thema sind die Abgasnormen. Das erfordert viele Investitionen, zumal die Motoren damit komplizierter geworden sind. Ich glaube, dass es künftig stark in Richtung Hybrid gehen wird. Da haben wir unsere neue H340 positioniert. Was interessant ist: JLG war der erste Hersteller mit einem Hybridmodell. Wir hatten die sogenannte M-Linie vor über 14 Jahren, aber das haben wir nicht kommuniziert damals. Heute suchen die Kunden nach effizienteren Modellen, so wie es die neue H340 ist.

Große Geräte liegen ebenso im Trend. Wir präsentieren heute die 1500AJP, weil die Industriebaustellen immer höher sind und immer mehr Reichweite benötigen. Viele deutsche Kunden arbeiten mit LKW-Bühnen. Wir glauben, dass die selbstfahrenden Arbeitsbühnen eine interessante Ergänzung darstellen.

Welche Produkte sind besonders gefragt?

Wie in vielen europäischen Märkten bleiben Elektroscheren die Volumenprodukte ebenso wie unsere Standard-Diesel-Boomlifts zwischen zwölf und zwanzig Metern. Dann kommen wir zu einem sehr interessanten Produkt, dem Vertikalmast. Die Toucans sind seit zehn Jahren immer stärker geworden, weil die Kunden schnelle und schmale Maschinen wünschen mit immer mehr Reichweite. Auch die Batteriekapazität ist stets besser geworden. Darin liegt die Zukunft. Wir müssen mehr Modelle in diesem Bereich produzieren und platzieren.

Wie ist das erste Feedback zu den neuen Toucan-L-Modellen?

Durchweg positiv. Denn wir verfügen nun über zwei Möglichkeiten: Wir hatten vorher ein Modell, das zwei Mitarbeiter aufnehmen kann bzw. hohe Zuladung ermöglicht. Heute haben wir auch ein leichtes Modell, das drinnen zwei und draußen eine Person im Korb tragen kann, aber der Kunde hat die Möglichkeit, das neue L-Modell mit einem Anhänger zu transportieren, was schneller und billiger ist. Man braucht keinen großen LKW. Häufig haben Industriekunden mehrere Gebäude, zwischen denen sie die Maschinen hin- und hertransportieren müssen. Das ist also auch für sie ein Vorteil. Auch die *Total Cost of Ownership* (TCO) haben wir im Fokus. Die neuen Toucans kommen mit einer quasi wartungsfreien AGM-Batterie, einem schmierungsfreien Mast und viel effizienteren AC-Motoren.

Wie viele Toucan-Lifte verkaufen Sie in Deutschland pro Jahr?

Das ist schwer zu sagen. Was ich sagen kann: Wir verfügen über einen sehr interessanten Marktanteil. Ich denke, wir sind in diesem Segment Marktführer.

Wen sehen Sie hier als größte Konkurrenz?

Vor allem Haulotte mit seiner Produktpalette.

Wie viele große Boomlifts-Lifte konnten Sie im deutschsprachigen Markt verkaufen?

Vom JLG Ultraboom 1850 haben wir nicht so viele in Deutschland verkauft, weil die Maschine transporttechnisch ein bisschen an der Grenze ist mit ihren 27 Tonnen. Die neue 1500AJP stößt in ein Segment vor, das sehr interessant ist für Vermieter. Bislang können die Kunden in diesem Bereich nur mit LKW-Bühnen arbeiten, aber die Investitionen in eine 48-Meter-Gelenkbühne sind niedriger. Ich sehe daher großes Potenzial für die neue 1500AJP, auch wenn ich keine konkrete Zahl nennen kann. Ich rechne damit, dass wir in dieser Woche (die bauma-Woche, *d. Red.*) zwei oder drei Maschinen verkaufen werden.

Wie sehen Sie den Markt für Telestapler in Deutschland im Vergleich zum englischen und zum französischen Markt, welche beide immer als Volumenmärkte und Vorreiter in diesem Segment gelten?

Der deutsche Markt unterscheidet sich vom englischen und französischen Markt vor allem in der Größe: Er ist um einiges kleiner. Aber die Segmente sind ähnlich. Wir verkaufen heute 50 Prozent der Geräte in der Landwirtschaft, und 50 Prozent gehen an die Industrie, in die Vermietung, zum Bau usw. Der landwirtschaftliche Bereich läuft derzeit etwas langsamer, aber der andere Bereich macht das mit Zuwächsen wieder wett. Alles in allem sind die Volumina etwas unter dem Niveau von 2014, und zwar im gesamten Markt. Unter 3.000 Maschinen, schätze ich. Unsere vor zwei Jahren eingeführte RS-Baureihe erfreut sich positiver Resonanz. Was noch wichtig ist: Heute können wir die ganze Palette an Raupenarbeitsbühnen anbieten.

Warum ist das für einen großen Hersteller wie JLG so wichtig, auch Raupenarbeitsbühnen anbieten zu können? Ruthmann und Palfinger haben diese auch frisch ins Portfolio aufgenommen.

Wir arbeiten viel mit Industriekunden zusammen, und diese benötigen manchmal Spezialbühnen. Und für viele Kunden ist es ein Vorteil wenn sie alle Maschinen von einem Vermieter mieten können, aus einer Hand. Das ist eine gute Ergänzung im Sortiment. Wir haben jetzt sechs Raupen mit Arbeitshöhen von 14, 15, 17, 20, 23 und 26 Metern.

Was ist die größte Stärke von JLG?

Unsere größte Stärke sind die Produkte – und unsere Leute. Ich glaube, wir haben die besten Leute. <<