

„WIR WOLLEN IN DIE TOP 5“

Wie läuft es für Riwal in Deutschland seit der Integration von AFI? Was hat das Unternehmen hierzulande vor? Mit Geschäftsführer Dietmar Müller hat sich Alexander Ochs unterhalten.



ZUR PERSON

Dietmar Müller, 55, hat Maschinenbau studiert, und ist seit 1. Februar 2018 Geschäftsführer bei Riwal Deutschland. Er hat zwei Kinder. In seiner Laufbahn hat er sehr viel international gearbeitet.

Herr Müller, Sie sind seit dem 1. Februar dieses Jahres im Amt, also seit einem halben Jahr. Wie war der Anfang?

Ich habe hier eine Firma vorgefunden, in der gerade die Integration von AFI und Riwal stattfand. Ich habe ein sehr gutes Team vorgefunden und einen wirklich tollen Firmeneigentümer. Der Support von Riwal in Holland ist echt toll. Das ist wirklich eine sehr kollegiale und unterstützende Zusammenarbeit mit den Kollegen in Holland. Wir haben sehr gute, strukturierte Gespräche darüber geführt, wie diese Firma in Zukunft aussehen soll, wo wir hinwollen. Da gab es ein sehr klares Bild vonseiten Riwal, was gemacht werden muss und was wir erreichen wollen. Ich habe mich übrigens sehr gefreut, bei Riwal das gleiche Verständnis von Arbeitssicherheit vorzufinden wie bei der Firma Lavendon. Das ist für mich ein sehr wichtiger Punkt.

Mich hat vor allem eines überzeugt: die strukturierte Arbeitsvorgehensweise durch den sogenannten „The Riwal Way“. Also durch eine vordefinierte, Mitarbeiter unterstützte Arbeitsweise für alle Vorgänge im gesamten Vermietzyklus. Ein sehr guter Ansatz, der im deutschen Markt führend ist, wie ich denke. Also alle Prozesse strukturiert durchzuführen, alle Arbeitsschritte zu detaillieren, die Mitarbeiter stark einzubinden – das alles hat mich überzeugt, bei Riwal anzufangen. Und das habe ich tatsächlich genauso vorgefunden: als gelebte Praxis.

Sie waren von 2015 bis 2017 in derselben Position bei Gardemann tätig. Wie kam es zu Ihrer Berufung?

Im Verlauf der Übernahme von Gardemann durch Mateco bin ich freigestellt worden und habe die Firma Gardemann verlassen. Danach habe ich mich umgesehen und hatte gar nicht mal so sehr vorgehabt, im Arbeitsbühnenmarkt zu bleiben. Aber der Vorschlag von Riwal hat mich dann doch überzeugt.

Wie schätzen Sie den Arbeitsbühnenmarkt derzeit ein – in Europa, im deutschsprachigen Raum?

Die Arbeitsbühnenbranche ist ja eine sehr interessante Branche. Zumal Arbeitsbühnen in Deutschland eigentlich noch total unterrepräsentiert sind. Wenn man die Situation mit anderen Ländern vergleicht, ist die Arbeitsbühnenpopulation in Deutschland im Vergleich zur Einwohnerzahl, im Vergleich zur industriellen Stärke – gegenüber England zum Beispiel – noch total unterrepräsentiert. Das Wachstum in unserem Markt wird weitergehen, sicherlich wird auch die Konsolidierung im Markt weitergehen. Es ist eine Branche, in der man mit vernünftigen Strategien und Konzepten noch wirklich wachsen und interessante Aufgabenfelder kreieren kann.

Wir haben im Arbeitsbühnenmarkt ein bisschen das Problem, dass die Preise immer weiter unter Druck geraten, was erstaunlich ist – weil der Markt groß genug ist. Der Markt an sich wird auch weiter wachsen, daran habe ich keinerlei Zweifel. Weil die Anforderungen an die Sicherheit und Effektivität im Bau- und Industriebereich das noch hergeben. Ich brauche keine Gerüste, ich brauche keine Leiter, ich vertraue auf die Sicherheit, die Arbeitsbühnen bieten. Wenn man schaut, welche Anwendungen in anderen Ländern mit Arbeitsbühnen durchgeführt werden und in Deutschland noch nicht, dann halte ich das für einen Markt, der immer noch ausbaufähig ist. Und der nochmal 15.000 bis 20.000 Geräte mehr vertragen kann in den nächsten fünf Jahren.

Was sind die Hauptaufgaben für die deutsche Riwal?

Generell ist es sicherlich so, dass wir uns von der Organisation her noch etwas aufpolieren müssen, uns ein Stück weit neu aufstellen müssen. Wir werden sicherlich auch unter meiner Leitung strukturierter in bestimmte Marktfelder hineingehen, um uns dort stärker zu positionieren. Selbstverständlich werden wir auch in der nächsten Zeit LKW-Arbeitsbühnen ins Programm aufnehmen. Wir werden sicherlich in den nächsten Jahren auch Akquisitionen durchführen, um unser Setup in Deutschland noch zu verbessern. Aber insgesamt werden wir als erste Priorität diesen „The Riwal Way“ überall ausrollen. Dafür sorgen, dass unsere Werkstätten und der komplette Vermietzyklus wirklich professionell gemanagt wird. Das Schöne bei Riwal ist, dass die Mitarbeitereinbindung in den Prozess sehr stark ist. Es ist nicht so, dass hier ein Konzept von oben durchgedrückt wird, sondern hier wird unter intensivster Einbeziehung der Mitarbeiter gearbeitet. Die Involvierung der Mitarbeiter macht einen großen Unterschied. Hier wird der einzelne Mitarbeiter in der Werkstatt, im Rental Desk, im Verkauf miteinbezogen. Die Prozesse werden immer einheitlich abgewickelt, angepasst an die lokalen Gegebenheiten und die Teambedingungen. Das ist unser wichtigstes Instrument, das wir im Augenblick überall ausrollen, immer mit dem Ziel, unseren Kunden das beste Kundenerlebnis zu sichern und eben auch die Motivation und Einbindung der Teammitglieder sicherzustellen. Das ist ein ganz, ganz starkes Argument.

Die Konzernmutter Riwal hat sich vor kurzem 375 Millionen Euro frisches Geld bei Banken besorgt und für dieses Jahr Investitionen von insgesamt 88 Millionen Euro in seine weltweite Flotte angekündigt. Welche Dinge sollen damit finanziert werden? Wo liegen die Investitionsschwerpunkte?

Die Verteilung der 88 Millionen möchte ich nicht kommentieren. Wir werden hier in Deutschland eine Menge Geld investieren – sicherlich nicht 88 Millionen! –, weil wir wie fast alle Gruppenländer sehr stark wachsen. Wir haben hohe Auslastungen und werden überall Flotte anschieben, aber in den verschiedenen Ländern mit ganz unterschiedlichen Schwerpunkten. Außerdem investieren wir eine Menge Geld in unsere Depots und Infrastruktur.

Auch in die deutschen Niederlassungen wird investiert: Sie werden modernisiert und erhalten neue Arbeitsbühnen und Transport-LKW, heißt es. Was genau ist geplant?

Wir stellen im Laufe des August vier neue Transport-LKWs in Betrieb. Wir tauschen zur Zeit massiv aus. Wir bringen im Augenblick auch einzelne Depots auf größere Flottenstärke. Da wird ganz erheblich investiert im Rahmen des noch vorhandenen Kapitals des laufenden Jahres. Aber für



Rival ist guter JLG-Kunde

uns ist natürlich viel wichtiger, dass wir die richtigen Maschinen fürs nächste Jahr kriegen und auch weiterhin Geräte austauschen, um die Flotte erheblich zu verjüngen. Das ist im Augenblick der Schwerpunkt. Die Firma Rival ist generell starker Partner bei JLG. Wir werden eine ganze Menge neue Geräte bekommen, für uns speziell eine ganze Menge Teleskoparbeitsbühnen.

Und wie war das mit den eben erwähnten LKW-Bühnen?

Wir gehen jetzt erstmal in die Budgetphase rein. Wir werden im Lauf der nächsten Monate mit dem Flottenmanagement in Holland die Spezifikationen für die Bühnen herausbringen und werden dann kurzfristig mit einem LKW-Programm herauskommen.

Planen Sie große Investitionen in Hybrid- und/oder Elektromodelle?

Ja, auf jeden Fall. Keine Frage. Sie wissen ja auch, dass die Firma Rival selber eigenständig solche Modelle mitentwickelt und herausbringt. Da werden wir auch weiter investieren. Auch in große Booms mit Elektroantrieb. Wir haben erst kürzlich das erste 43-Meter-Tele auf Elektrobasis vorgestellt.

Rechnen Sie mit einer größeren Austauschelle – weg vom Diesel, hin zu Elektro?

Das wird wahrscheinlich nicht so sehr auf einen Austausch hinauslaufen, sondern darauf, dass neue Maschinen nicht mehr als Dieselmodell gekauft werden, sondern als Hybrid- oder Elektrogerät. Wir werden jetzt nicht bewusst Dieselmodelle austauschen und verkaufen, sondern bei der Aufstockung der Flotte auf moderne Antriebstechnik setzen.

Was sind die Ziele für Rival Deutschland? Was wollen Sie erreichen?

Die Firma Rival Deutschland ist im Augenblick in den Top 10 im deutschen Markt. Wir haben die Ambition, in den Top-5-Bereich aufzusteigen – durch größere Flottenstärke und neue Depots, auch durch Akquisitionen. Wir haben auch den Anspruch, unser Produktportfolio abzurunden. Wir haben uns ein paar Ziele gesetzt, wie wir einzelne Verkaufsschwerpunkte setzen. Also, ein Platz unter den Top 5 in Deutschland in den nächsten drei Jahren ist der Anspruch, den wir haben.

Mateco ist unangefochtener Marktführer. Dann kommt die Firma Gerken, die sehr aggressiv am Markt vorgeht. Kiloutou kauft auch sehr aggressiv zu. Da wird es sicherlich einige Verschiebungen geben.

An welchen Parametern würden Sie diesen angestrebten Platz festmachen?

Wir reden nicht unbedingt von Höhenmetern, sondern von Flottenstärke und Umsatz. Das sind unsere Kriterien.

Haben wir noch etwas Wichtiges vergessen?

Ich möchte auf jeden Fall, dass drei Punkte klar sind: Erstens steht Sicherheit bei Rival ganz oben, zweitens haben wir den Anspruch unseren Kunden „the best customer experience“, die beste Kundenerfahrung, vermitteln zu können, und alles realisieren wir durch den schon erwähnten „The Rival Way“. Für mich persönlich ist Arbeitssicherheit die Nr.1-Priorität. Wir machen nichts, wenn wir in dem Aspekt irgendeine Kompromisse eingehen müssen. Da sind wir meines Erachtens der einzige im Markt, der das so deutlich sagt. <<



Den weltweit ersten vollelektrischen 43-Meter-Boom erhält Poul Steiness (l.) von Steiness Liftcenter aus den Händen von Rival's Jesper Becker



Bedienerschulung bei Rival...



... gibt es jetzt auch online