

VERFLIXT ODER SCHÖN? – DAS JAHR NUMMER 7

2012 wechselte Kai Schliephake zu Partnerlift. Rüdiger Kopf fragt den Geschäftsführer des Verbandes über sein verflixtes Jahr und die Entwicklungen in der Branche.

KB: Die Branche ist im Umbruch. Es scheint die beste Zeit zu sein, sein Unternehmen zu verkaufen. Ist es ratsam?

Schliephake: Ja, wenn nicht jetzt, wann dann...? Aber im Ernst: Die entscheidende Frage ist doch, ob die Nachfolge geregelt ist, jemand den Job übernimmt – und warum nicht eine Frau? Wir sehen bei Partnerlift immer wieder talentierte Mitarbeiter, die natürlich bei der Frage einer möglichen Nachfolge einer intensiven Begleitung und Weiterbildung bedürfen. Für viele der kleinen und mittelständischen Betriebe ist das Unternehmen ihr Lebenswerk, und nach einem Verkauf an eine der großen Ketten stehen häufig große Veränderungen an. Für die Käufer ist es häufig schwieriger als gedacht, ihre Unter-

nehmenskultur mit in der Regel gut strukturierten Prozessen auf das erworbene Unternehmen zu übertragen, denn diese sind meistens von einer starken „hands-on“-Mentalität geprägt. Ich plädiere ganz klar für die Förderung der eigenen Mitarbeiter, gegebenenfalls mit externer Begleitung. Dann kann der Eigentümer auch langfristig von einer positiven Entwicklung profitieren. Er sollte sich dann aber auch tatsächlich aus dem operativen Tagesgeschäft zurückziehen. Wenn es gar keine Nachfolgeregelung gibt, ist es aber derzeit tatsächlich ein guter Zeitpunkt, sein Unternehmen zu verkaufen.

Muss der klassische Mittelstand nun Angst vor den Großen bekommen?

Die meisten unserer Unternehmen gehören doch tatsächlich nicht zum Mittelstand gemäß der klassischen KMU-Definition. Unsere Stärke ist, dass es sich um kleine, aber schlagkräftige Familienunternehmen handelt, die eine starke regionale Kundenbindung haben. Da haben es die großen Ketten ganz schwer, da sie nicht die gleiche Sprache der regionalen Kundschaft sprechen. Zudem glaube ich, dass der Slogan „too big to fail“ im Zeitalter der Digitalisierung keine Gültigkeit mehr hat. Heute haben die kleinen agilen Unternehmen die Nase vorne, und es heißt vermutlich in der Zukunft eher „too slow to survive“. Mir hat vor Jahren ein CEO eines großen Unternehmens der Branche einmal gesagt, dass Erfolg nicht eine Frage der Geschwindigkeit, sondern der Beschleunigung ist. Da es schwieriger ist, große, schwere Gebilde zu beschleunigen, brauchen Familienunternehmen keine Angst vor der Zukunft oder den Großen zu haben, solange sie proaktiv und agil ihre Unternehmen führen. Wenn die kleinen Unternehmen dann noch die Möglichkeiten einer Kooperation wie Partnerlift nutzen, werden sie immer die Nase vorne haben.

Ist es da besser, sich zu spezialisieren (nur Arbeitsbühnen) oder einen „Gemischtwarenladen“ zu haben?

Eine Frage, die so alt und immer noch unbeantwortet ist, schreit nach einer Antwort, die da lautet: Es kommt drauf an... Wenn der Unternehmer eine Leidenschaft für Baumaschinen, Stapler oder auch Krane hat, dann wird er auch erfolgreich sein. Nach unseren Erfahrungen bleibt ein Arbeitsbühnenvermieter im Kern immer ein Arbeitsbühnenvermieter und wird nicht plötzlich zum erfolgreichen Gabelstaplervermieter, wenn er sich eine begrenzte Zahl an anderen Maschinen kauft. Im Partnerlift-Netzwerk haben wir alle unterschiedlichen Vermietertypen, und so lassen sich über das Netzwerk schnell die passenden Maschinen finden, die man nicht selber im Portfolio hat. Wir haben im letzten Jahr unsere Bemühungen um unsere „Stapler-Partner“ verstärkt und werden unser Netzwerk auf diese Weise weiter ausbauen.

Der Diesel scheint out zu sein. Kommt jetzt der E-Motor?

Jetzt erst...? Der elektrische Direktantrieb ist zumindest für die Arbeitsbühnen die alleinige Antriebsform der Zukunft. Ein leitender Mitarbeiter eines Motorenherstellers hat einmal zu Recht geklagt, dass die Arbeitsbühnen die meiste Zeit im sogenannten „Gammelbetrieb“ laufen. Sie werden zum Beispiel 20 Meter zur Baustelle bewegt, dann wird der Korb in seine Arbeitsposition bewegt und dann wird da oben stationär gearbeitet. Und da steht sie. Der Motor läuft im Leerlauf, wird gegebenenfalls sogar abgeschaltet und kühlt schnell wieder ab. Die Abgase erreichen in der Regel niemals die Temperatur, die eine Abgasnachbehandlung überhaupt ermöglicht. Es gibt gewisse Analogien zur Diskussion im Straßenverkehr. Die Arbeitsbühne sowie die klassischen Zweitwagen oder Cityflitzer werden in Zukunft voll elektrisch sein, und bei den klassischen Lastanforderungen hat der Dieselmotor aus technischen Gründen ökonomisch und ökologisch die Nase vorn. Hier wünsche ich mir lediglich mehr technischen Sachverstand in der Politik.



Kai Schliephake,
Geschäftsführer von Partnerlift

Warum sind Bühnenvermieter Vorreiter im Bereich E-Technik?

Wie soeben erklärt, ist unsere Branche aufgrund der geringen Inanspruchnahme des Dieselmotors für die elektrische Antriebstechnik prädestiniert. Man stelle sich nur einmal vor, welche Leistungen möglich sind, wenn die für die Konstruktion notwendigen Kontergewichte durch Bleibatterien ersetzt werden. Ich wage einmal die These, dass es in fünf Jahren keine Anbieter von reinen 20-Meter-Diesel-Geräten mehr gibt, da die Nachfrage wegbricht.

Was braucht eine E-Bühne wirklich?

Das lassen sich auf die Schnelle vier Punkte nennen. Erstens: eine neue Konstruktion, die von Beginn an auf ein minimales Einsatzgewicht optimiert wurde. Zweitens: einen Generator, der nur die Batterien auflädt. Drittens: einen elektrischen Direktantrieb und viertens: klassische Bleisäure-Batterien, die technisch und wirtschaftlich für einen Vermieter viel mehr Sinn machen als zum Beispiel die Lithium-Technik. Und da ich die Worte nun ausgesprochen, freue ich mich auf die – hoffentlich sachlichen – Diskussionen mit den Herstellern.

Die bauma steht an. Ist es nur Stress oder gibt es da endlich die Zeit für ein Gespräch?

Nach diesen Ausführungen zur Elektrobühne freue ich mich auf die Gespräche mit den Herstellern und wünsche uns dafür gutes Wetter für diese aufregende Zeit. Insbesondere nach Messeschluss auf den Ständen. Ich hoffe, dass sich das Konzept der kleinen täglichen Party nach der Messe auf den Ständen der Hersteller fortsetzt, da sich hier immer der familiäre Charakter unserer Branche zeigt.

Wenn es die bauma gibt, braucht es da dieses Jahr noch andere Events?

Jedes Event, das die Kundenbindung erhöht, ist für einen Hersteller extrem wichtig. Jetzt muss das Vertrauen aufgebaut werden, das es den Herstellern ermöglicht, in den irgendwann kommenden schwieriger werdenden Jahren weiterhin Bühnen zu verkaufen. Zurzeit haben wir (leider) einen Verkäufermarkt, aber wer heute seine Hausaufgaben nicht macht, wird die nächste Krise vielleicht nicht überleben. Die Vermieter haben in dieser Beziehung ein Langzeitgedächtnis.

Sie sind nun im siebten Jahr Geschäftsführer von Partnerlift – ein verflixtes Jahr oder das schönste bisher?

Das bisher schönste Jahr. Und das meine ich nicht nur bezogen auf den Sommer des letzten Jahres. Partnerlift hat sich weiterentwickelt. Unsere Regeln der Partnerschaft haben wir

konkretisiert. Wer sich nicht dran hält, muss gegebenenfalls die Gemeinschaft verlassen. Wir haben nicht so viele Regeln, der Antrag auf Mitgliedschaft besteht nur aus einer DIN A 4 Seite. Bei der Umsetzung unserer – übrigens von den

Mitgliedern entwickelten – Regeln sind wir allerdings klar und konsequent. Diese Konsequenz haben unsere Mitglieder in den letzten Jahren schätzen gelernt.



Die Mitglieder sind das Rückgrat von Partnerlift



Auch der Kontakt zu den Zulieferern wird gepflegt



Auf den jährlichen Treffen geht es nicht nur um die eigenen Zahlen