

Zu alter Stärke zurückfinden

Als vor kurzem bekannt wurde, dass MAN die Heilbronner Großkranschmiede Wolffkran an bisher in der Branche unbekannt

Investoren verkauft hat, machten sich Befürchtungen breit, das traditionsreiche Unternehmen, das im vergangenen Jahr noch sein 150jähriges Jubiläum feiern konnte, werde über kurz oder lang vom Markt verschwinden. Ohne hier den umstrittenen Ausdruck der „Heuschrecken“ weiter zu strapazieren, ist der Aufkauf von schwächelnden Unternehmen mit anschließender „Verwertung“ der interessanten Teile ja weltweit zur unrühmlichen Praxis geworden. *Kran & Bühne* nutzte die Gelegenheit, mit dem neuen geschäftsführenden Gesellschafter Dr. Peter Schiefer und seiner Mannschaft über die Pläne für die nächste und weitere Zukunft zu reden.

Volle Auslastung

Der neue Geschäftsführer, der das Unternehmen zusammen mit seinem Schweizer Partner Koller, einem Bankbetriebswirt, zum 1. Januar '05 von MAN erwarb, ist Dr. Ing. der Elektrotechnik und seit langem mit der Führung von größeren Mitarbeiterstäben vertraut. Als Beauftragter großer Investmentgesellschaften beschäftigte er sich auch mit der Auswahl, dem Aufkauf und der anschließenden „Realisierung“ von Unternehmen und fand, diese Methode sei einem mittelständischen Unternehmen aus verschiedenen Gründen nicht angemessen. Als das Angebot kam, Wolffkran zu übernehmen, suchte und fand er mit seinem Partner in lokalen Finanzinstituten Geldgeber, die das vorgelegte Konzept überzeugte, und erwarb das 150 Jahre alte Unternehmen mit seinen derzeit 200 Mitarbeitern samt den Gebäuden und Grundstücken auf privater Basis. Verkauft werden soll davon in nächster Zeit nichts, ganz im Gegenteil, nach seinen Aussagen stehen die Zeichen auf Expansion. Die zur Zeit etwa 350 Großkrane, die über die verschiedenen Niederlassungen, die alle erhalten bleiben sollen, in der Vermietung stehen, sind voll ausgelastet, die Produktion „am Anschlag“. Als Konsequenz wurde die Fertigungskapazität erhöht (unter anderem durch mehrschichtige Produktion sowie Umorganisation der Abläufe), sie soll demnächst wieder 120-150 Krane pro Jahr umfassen und damit gegenüber heute glatt

Der Heilbronner Kranbauer und -vermieter Wolffkran wurde vor kurzem von MAN verkauft. Wie es nun weitergeht bei dem traditionsreichen Unternehmen, das hat Kran & Bühne nachgefragt.



Verladung von Kranturmstücken nach England



Das Team von Wolffkran (v.li.): Geschäftsführender Gesellschafter Dr. Peter Schiefer, Vertriebsleiter Dietrich Sell, Marketingleiter Alexander Surhoff

verdoppelt werden. Von diesen sollen zwei Drittel in den Verkauf und ein Drittel in die Vermietung gehen. Auch Weiter- und Neuentwicklungen von Modellen sind für die nächste Zukunft geplant. Man will auch weiter auf die drei Standbeine: Verkauf, Vermietung und Service setzen, wie dies in der Vergangenheit schon der Fall war. Der Personalbestand soll aufgestockt werden. Neben den vier „großen“ Märkten Deutschland, Österreich, Schweiz und Großbritannien sollen nach Schiefers Vorstellung auch andere Märkte wie USA oder Asien wieder aktiv bearbeitet werden. Denn, so Schiefer, „die Bautechnik kommt der Verwendung von Wolffkränen durch immer größere Höhen und immer schwerere Lasten entgegen“. Auf zahlreichen Prestige- oder Vorzeigebaustellen wie dem neuen Hauptbahnhof Berlin, dem Bahnhof Dresden oder ähnlichen sei dies augenfällig zu beobachten.



Eine Krankabine auf dem Werksgelände zeigt das neue Firmenlogo

Nicht blind Umsatzzielen hinterherlaufen

Die Zeichen stehen also auf Expansion, die Marke soll auf jeden Fall erhalten werden und zu mehr als alter Stärke zurückfinden, so die Verantwortlichen. Die Geschichte und die weltweit bekannte Qualität der Großkrane, die technisch auf einigen Gebieten eine Vorreiterrolle spielten, wie bei den frequenzgeregelten Antrieben oder der Verbolzung, zeigten hier die Richtung vor. Die neue Mannschaft sieht für die Zukunft jedenfalls erhebliche Chancen und möchte diese auch nutzen. Dabei sei es wichtig, dass durch die private Finanzierung kein Druck vorhanden sei, kurzfristig zu realisieren oder zu amortisieren, so Schiefer. „Wir müssen daher nur einen gesunden Cash-Flow erwirtschaften und nicht blind irgendwelchen Umsatzzielen hinterherlaufen“.

Man darf also durchaus gespannt sein, was demnächst noch aus Heilbronn zu hören sein wird.