

Wohin geht der Weg, Haulotte?

■ **KB:** Das vergangene Jahr war für Hersteller ein sehr schwieriges. Ist das in Zahlen fassbar?

■ **Degen:** Der Weltmarkt für Arbeitsbühnen wurde in zwei Jahren durch fünf dividiert und in Deutschland gingen die Gesamtumsätze in 2009 um rund 60 Prozent zurück. Dass es hierzulande nicht ganz so dramatisch war, lag sicherlich daran, dass zum einen der Export gut gelaufen ist, Deutschland war bis 2010 Exportmeister weltweit. Zum anderen kommen die Strukturen des Marktes zu tragen. Der starke Mittelstand mit den zahlreichen Vermietern bewirkt einen gleichmäßigeren Markt im Gegensatz zu Ländern, die von wenigen großen Vermietern dominiert werden, wie es beispielsweise in Großbritannien der Fall ist.

■ **KB:** Wie hat Haulotte auf diese Umsatzschwankung reagiert?

■ **Degen:** Wir haben die Produktion zurückgefahren und mit Kurzarbeitprogrammen in der gesamten Gruppe einen Schritt getan. Es wurde aber auch nachgedacht, wo noch weitere Kosten gespart werden konnten. Dazu zählten Messen, wie es jetzt mit der bauma geschehen ist. Unsere Kunden, die in langjähriger Beziehung zu uns stehen, haben mehrheitlich unseren Schritt verstanden und mitgetragen. Auf der anderen Seite heißt dies ja nicht, dass wir gar nichts getan haben. Ein Beispiel sind unsere „Testing Days“, die wir ausgerichtet haben. Die drei Veranstaltungen haben wir über ganz Deutschland verteilt durchgeführt, damit unsere Besucher nicht mehr als

Mit der Absage der bauma hat Haulotte sicherlich den drastischsten Schritt begangen. Warum dies geschah und wo das Unternehmen heute steht, darüber sprach Rüdiger Kopf mit Patrick Degen, Geschäftsführer Haulotte Deutschland.



Der Standort des Unternehmens im südbadischen Hausen



Einige neue Modelle wie die HA 12CJ+ hat Haulotte auf den Markt gebracht

200 Kilometer Anreise hatten. Ebenso investieren wir weiterhin in die Produktentwicklung: Wir haben in den letzten zwölf Monaten mehrere Neuheiten vermarktet, wie die HA12CJ+, die Compact 14, Star 6 P und die 10-Meter-Teleskopstapler.

Auch verfolgt Haulotte weiter die Strategie, in allen relevanten Märkten selbst mit einer Niederlassung vor Ort zu sein. Wir haben über 20 Filialen weltweit, was die wenigsten wissen. Wir sind in China, Brasilien, Mexiko und Australien vertreten, um nur einige zu nennen. In China haben wir jüngst zudem ein Werk eröffnet.

■ **KB:** Welche Auswirkung hatte dies für Haulotte Deutschland?

■ **Degen:** Natürlich mussten gewisse Anpassungen gemacht werden. Vor allem wurden Investitionen überdacht und im Zweifel denn auch zurückgestellt. Die großen Kostenposten gibt es bei einer Vertriebsfirma wie Haulotte Deutschland nicht, da wir hier nicht produzieren. Wir haben auch unsere Teilnahme an Messen reduziert und den Marketingplan unseren Bedürfnissen angepasst.

Kurzarbeit gab es in kleinen Stückzahlen auch bei Haulotte Deutschland. Hier hat uns auch die Politik mit der erweiterten Kurzarbeiterregulierung geholfen. Das ist für beide Seiten gut gewesen. Unsere Mitarbeiter standen nicht auf der Straße und wir konnten sehr flexibel auf den Markt

« reagieren. Wichtiger war aber, dass gut ausgebildete Mitarbeiter gehalten werden konnten.

■ **KB:** Haulotte hat sich die bauma und andere Messen in diesem Jahr „gespart“. Wird dieser Kurs weiter fortgesetzt?

■ **Degen:** Die Entscheidung, nicht zur Bauma zu gehen, war sicher mutig, aber gut überlegt. Es lässt sich im Nachhinein nun sagen, dass es uns nicht geschadet hat, dass wir nicht in München waren. Viele Kunden haben für unsere Entscheidung Verständnis gezeigt. Treue Kunden machen ihre Beziehung nicht davon abhängig, ob wir auf der bauma ausstellen oder nicht. Es stecken andere Parameter in der guten Zusammenarbeit. Das wir dennoch vieles getan haben, zeigen die „Testing Days“ in Deutschland oder unsere Teilnahme an der „bauma china“. Auch ist schon klar, dass wir kommendes Jahr auf der Conexpo und auf der „IRE“ in Amsterdam ausstellen werden. Wir gehen nicht zur Apex da diese zeitlich zu nah mit der „IRE“ stattfindet.

Wir produzieren inzwischen in den USA und werden uns dort als amerikanisches Unternehmen mit amerikanischen Maschinen zeigen. Nordamerika ist nach wie vor der noch größte Markt weltweit bei den Stückzahlen.

Für einen Hersteller sollte das Ziel immer

sein, seinen Marktanteil auszubauen, gleichgültig wie der Markt aussieht. Und das konnte Haulotte realisieren. Haulotte hat nicht entschieden, nie wieder eine Messe zu besuchen.

■ **KB:** Neue Modelle wie die HA 12 CJ+ sollen den Markt wieder beleben. Wann wird ein Niveau wieder erreicht, das auch für Hersteller auskömmlich sein wird?

■ **Degen:** Klar ist, dass wir für eine gesunde Situation weltweit gegenüber dem jetzigen Zeitpunkt rund das Doppelte bräuchten. Wann das wieder kommt, ist schwer zu sagen. Alle Akteure am Markt agieren derzeit sehr, sehr kurzfristig. Dementsprechend sollte man alle Prognosen vernünftig aufbauen und die Werkzeuge, die uns zur Verfügung stehen, sowie intensive Gespräche mit unseren Kunden nutzen. Das führt Haulotte schon. Ich bin aber sicher, dass die Zeit kommen wird, wo der Markt sich schneller entwickelt. Es ist umso wichtiger, über zuverlässige Prognosen zu verfügen, damit Angebot und Nachfrage optimal angepasst werden können und nicht, dass die Hersteller mit der Produktion dann wieder nicht hinterher kommen werden. Allerdings werden die Rekordjahre 2007 und 2008 wahrscheinlich nicht in den nächsten zwei Jahren erreicht.

■ **KB:** Verglichen mit den anderen Märkten, wie hat sich Deutschland geschlagen?

■ **Degen:** In 2009 ist der deutsche Markt auch stark eingebrochen, das lag natürlich an der Finanzkrise, aber auch daran, dass die zwei Jahre zuvor außergewöhnlich waren, aber nicht so extrem wie der Weltmarkt.

Allerdings gab in Deutschland der Markt 2010 noch mal nach. Die Nachbarmärkte haben sich da besser entwickelt. Der Anfang des Jahres war zudem geprägt von den Wetterbedingungen. Das hat sein übriges zur Situation getan. Was jetzt schon gesagt werden kann, ist, dass die Auslastung bei unseren Kunden Mitte 2010 gut angezogen hat. Deutschlands Gesamtwirtschaft hat kräftig zugelegt. Unser Geschäft bekommt solche Entwicklungen üblicherweise zeitverzögert mit. In rund vier bis sechs Monaten wird auch bei uns dann etwas zu spüren sein. Insgesamt glaube ich nicht, dass es unrealistisch ist, ein leichtes Plus für 2011 zu prognostizieren.

K&B



Patrick Degen, Geschäftsführer von Haulotte Deutschland



Der Maschinenstock am Sitz von Haulotte Deutschland