



Mahesh Narang

# „DAS BESTE KOMMT ERST NOCH“

Handelskrieg, Zölle, politische Unsicherheit, geopolitische Konflikte – war da was? Der (relativ) neue Präsident von JLG, Mahesh Narang, stellt sich den Fragen von Alexander Ochs.

**AO: Sie sind seit rund anderthalb Jahren in Ihrer neuen Position. Wie gut kennen Sie sich mit dieser Nischenbranche namens Höhenzugangstechnik aus, die für „normale“ Menschen eher unbekannt ist?**

**MN:** Die letzten 18 Monate waren eine fantastische Reise für mich, und ich habe die Höhenzugangstechnik sehr gut kennen und schätzen gelernt. Auch wenn sie vielen verborgen bleibt, empfinde ich sie als unglaublich dynamisch, innovativ und essenziell.

Was mich besonders beeindruckt, ist die Zielstrebigkeit, die diese Branche durchdringt. Es passt perfekt zur Mission von Oshkosh: Innovative Technologielösungen zu entwickeln, die die ‚Helden des Alltags‘ unterstützen. Bei JLG bedeutet das, das Leben von Bauarbeitern und all jenen, die auf unsere Maschinen angewiesen sind, sicherer und produktiver zu machen. Dieses Gefühl, etwas zu bewirken, treibt mich jeden Tag an.

Obwohl ich von außerhalb der Hubarbeitsbühnenbranche zu dieser Position gekommen bin, fühle ich mich ihrer Mission, ihren Menschen und ihren Zukunftschancen unglaublich verbunden.

**Ohne zu politisch zu werden – wie sehen Sie die aktuellen Krisen und Konflikte weltweit? Werden sie Ihr Geschäft fördern oder eher beeinträchtigen?**

Die aktuelle globale Lage ist unbestreitbar komplex und mit großer Unsicherheit verbunden, die auf geopolitische Spannungen, Handelsstörungen und veränderte Zollstrukturen zurückzuführen ist. Wir versuchen zwar, nicht zu viel zu spekulieren, aber die Realität ist, dass diese Faktoren das allgemeine Geschäftsumfeld beeinflussen, insbesondere in Bezug auf Preise, Lieferketten und Kundenstimmung.

Zölle ändern sich beispielsweise häufig, und wir beobachten diese Entwicklungen sehr genau. Sollten Zölle unsere Lieferkette oder unsere Produkte beeinträchtigen, werden wir uns anpassen, um diese Auswirkungen abzumildern und unsere globale Präsenz zur Anpassung zu nutzen. Angesichts der vielen möglichen Auswirkungen dieses sich entwickelnden Szenarios sind wir darauf vorbereitet, die Auswirkungen auf unsere Kunden zu begrenzen, einschließlich der Minimierung oder Vermeidung von Preiserhöhungen infolge von Zöllen.

**JLG übernahm 2015 den britischen Low-Level-Spezialisten Power Towers. Wie fällt Ihre Bilanz nach 10 Jahren bei JLG aus?**

Power Towers war für JLG eine echte Erfolgsgeschichte. In den letzten zehn Jahren ist dieser Bereich deutlich gewachsen, nicht nur in seiner Größe, sondern auch in seiner Bedeutung für unser breiteres Portfolio im Bühnenbereich. Wir haben strategisch in Engineering investiert, unsere Standorte wie auch unser Team um außergewöhnliche Talente erweitert, was uns geholfen hat, dieses Segment weltweit auszubauen.

Ich bin überzeugt, dass das Beste noch vor uns liegt. Wir haben spannende neue Produkte in der Pipeline, die unsere Position in diesem Bereich weiter stärken werden.

**Haben Sie konkrete Pläne, das JLG-Portfolio weiter zu diversifizieren?**

Die Diversifizierung des JLG-Portfolios ist ein wichtiger Bestandteil unserer langfristigen Strategie – sowohl innerhalb unserer Kernmärkte für Zugangstechnik als auch in angrenzenden Bereichen. Im erweiterten Segment der Höhenzugangstechnik, zu dem auch Produkte wie Power Towers, Hinowa und Ausa gehören, verfolgen wir einen zweigleisigen Ansatz. Erstens konzentrieren wir uns auf die Stärkung unseres Kerngeschäfts durch Innovation, Kostenwettbewerbsfähigkeit und eine „Local-for-Local“-Strategie. Beispielsweise sind Maschinenplattformen global, sie können jedoch an spezifische regionale Bedürfnisse angepasst werden. Durch die Entwicklung regional relevanter Produkte und die entsprechende Skalierung unserer Fertigungs- und Lieferketten wollen wir unseren Marktanteil in den Segmenten, in denen wir bereits führend sind, ausbauen.



Der Messestand von JLG auf der bauma 2025

Zweitens streben wir aktiv die Expansion in angrenzende Märkte durch strategische Fusionen und Übernahmen an. Die Übernahmen von Ausa und Hinowa sind hervorragende Beispiele dafür, wie wir unsere Kapazitäten auf Kompaktmaschinen, Spezialanwendungen und neue Regionen ausgeweitet haben. Wir bleiben offen und bereit, aktiv zu werden, wenn sich die richtigen Gelegenheiten bieten.

Die Diversifizierung unseres Portfolios steht also ganz oben auf unserer Agenda und ist ein wichtiger Hebel für Wachstum und zukünftige Stabilität.

**In welchen Bereichen sehen Sie weitere Nachfrage?**

Die Kernnachfrage nach Produktkategorien – ob Arbeitsbühnen wie Gelenkteleskop- und Scherenbühnen oder Teleskoplader – ist relativ stabil geblieben. Was sich wirklich weiterentwickelt, sind die Kundenerwartungen an diese Maschinen. Es geht nicht mehr nur um Höhe oder Reichweite, sondern um Ausstattung, Funktionalität und regionale Präferenzen.

In Europa beispielsweise verzeichnen wir eine steigende Nachfrage nach elektrischen und kompakten Arbeitsbühnen, die vor allem durch die Einschränkungen auf städtischen Baustellen und Nachhaltigkeitsziele bedingt ist. In den USA besteht ein starkes Interesse an Geräten mit hoher Tragkraft, zumal die Arbeitsplätze anspruchsvoller werden und Produktivität noch stärker in den Fokus rückt.

Auch wenn die Produktkategorien bekannt bleiben, liegt die Chance in der individuellen Anpassung: Wir entwickeln die richtigen Bühnen mit den passenden Funktionen für jede Region. Hier sehen wir ein echtes Nachfragewachstum, und unser Fokus auf Innovation und lokale Reaktionsfähigkeit verschafft uns einen Wettbewerbsvorteil.

**Apropos Wettbewerb: Wie stark ist die Konkurrenz aus China?**

Chinesische Wettbewerber sind natürlich auf dem Weltmarkt aktiv, und in manchen Regionen können ihre aggressive Preisstrategie und ihre schnelle Markteinführung eine Herausforderung darstellen. Wir haben dies als Lernchance genutzt. Dies hat uns dazu veranlasst,

unsere Anstrengungen in zwei Schlüsselbereichen zu intensivieren: Verbesserung unserer Kostenwettbewerbsfähigkeit und Beschleunigung unserer Produktentwicklungszyklen, ohne Kompromisse bei Qualität, Service und Innovation einzugehen, für die JLG bekannt ist.

Gleichzeitig glauben wir fest an fairen Wettbewerb. In unseren Hauptmärkten – wie Nordamerika und Europa – tragen Handelsrahmen, einschließlich Antidumping- und Subventionszöllen, zu fairen Wettbewerbsbedingungen bei.

**Was ist Ihr Gegenmittel?**

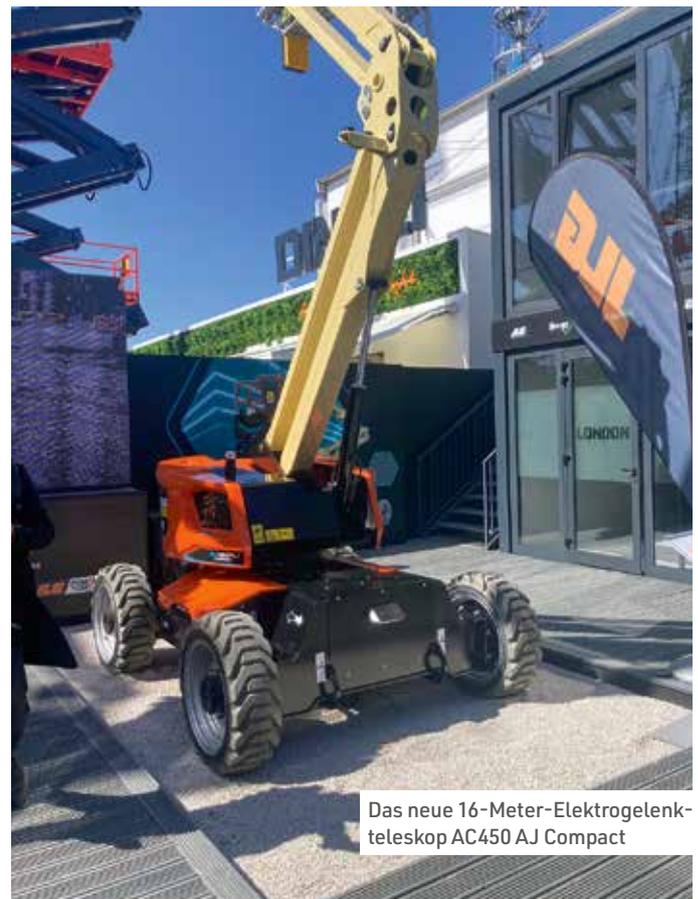
Für mich ist das Gegenmittel einfach: Menschen. Der Austausch mit Menschen und die Lösung realer Probleme gemeinsam mit einem Team, das mir sehr am Herzen liegt, halten mich auf dem Boden und motivieren mich. Wenn wir zielstrebig und leidenschaftlich arbeiten, kann kein Wettbewerber mit der Stärke unserer Unternehmenskultur und unseres Engagements mithalten.

**Ich hatte erwartet, dass sie den technologischen Fortschritt anführen. Mir fallen da die selbstnivellierende Teleskoparbeitsbühne 670SJ oder die Vollelektroschere DaVinci ein. Wie laufen diese Flaggschiffmodelle?**

Sowohl die selbstnivellierende 670SJ als auch die DaVinci-Schere stellen wichtige Meilensteine für JLG in Sachen Innovation dar. Die Einführung neuer Technologien in unserer Branche braucht oft Zeit, und obwohl wir bisher gemischte kommerzielle Ergebnisse erzielt haben, sind wir sehr stolz auf das, was diese Modelle darstellen.

Sie sind tatsächlich grundlegend für unsere zukünftige Produkt-Roadmap geworden. Die Architektur und die Erkenntnisse aus DaVinci prägen beispielsweise jetzt das Design unserer kommenden Elektromodelle. Wir glauben daran, der Zeit voraus zu sein und in Technologie zu investieren, bevor der Markt sie vollständig nachfragt, damit wir unseren Kunden die passenden Lösungen bieten können, wenn sie dazu bereit sind.

Low-Level-Bühnen von Power Towers gehören seit zehn Jahren zum Portfolio



Das neue 16-Meter-Elektrogelenkteleskop AC450 AJ Compact