

FM-Interview mit Dr. Helmut Limberg, Vertriebsvorstand der Jungheinrich AG, Hamburg

„Wir haben einige Pfeile im Köcher“

Die Jungheinrich AG, Hamburg, ist einer der drei größten Anbieter in den Bereichen Flurförderzeug-, Lager- und Materialflusstechnik weltweit. Das mehrheitlich im Familienbesitz befindliche, börsennotierte Unternehmen definiert sich bereits seit einigen Jahren nicht mehr nur als Staplerhersteller, sondern als Intralogistikanbieter mit einer breiten Produktpalette und einer langfristig ausgebauten Lösungskompetenz zur Optimierung interner Logistikprozesse. *FM* sprach mit Dr. Helmut Limberg, Vorstand Vertrieb.



Dr. Helmut Limberg,
Vorstand für das Ressort
Vertrieb der Jungheinrich
AG, Hamburg

FM: Das Jahr 2009 war für die Flurförderzeuganbieter ein Anus horribilis mit bis zu 50 Prozent Umsatzrückgang. Jetzt geht es wieder aufwärts. Wie laufen die Verkäufe bei Jungheinrich?

Dr. Limberg: Diese Bewertung des Jahres 2009 trifft völlig zu, wobei sich die Rückgänge bereits Ende 2008 bemerkbar machten; doch verdeckten die guten ersten drei Quartale des Jahres diese Entwicklung in ihrer Anfangsphase. Das Weltmarktvolumen stürzte im vierten Quartal 2008 dramatisch – um rund 50 Prozent – ab und erreichte bald danach seine Talsohle. Doch bereits in der zweiten Jahreshälfte 2009 setzte eine leichte Besserung ein, auf die im Jahr 2010 der eigentliche Aufschwung folgte. Insgesamt erholte sich der Markt schneller als erwartet. Bereits in der ersten Hälfte des Jahres 2010 war das Volumen gegenüber 2009 um 77 Prozent gestiegen, sodass wir wieder das Niveau von 2006 erreichten. Bis zu den

Verkaufszahlen des außerordentlich erfolgreichen Jahres 2007 ist jedoch noch ein beträchtlicher Weg zurückzulegen.

FM: Muss man nicht vielleicht relativieren, dass die zweistelligen Wachstumszahlen in den Jahren bis 2008 außergewöhnlich hoch waren, zumal für einen

relativ gesättigten Markt, wie Europa?

Dr. Limberg: Das ist richtig, das Wachstum war in der Tat außergewöhnlich stark. Die Steigerungsraten in der Intralogistik liegen jedoch generell höher, als die des Bruttoinlandsprodukts der europäischen Länder. Man kann sogar davon ausgehen, dass die Intralogistik circa um den Faktor zwei stärker wächst, als die Volkswirtschaften in hochentwickelten Märkten. Natürlich hängt auch unsere Branche von der Situation der allgemeinen Konjunktur ab; doch wenn diese gut läuft, ist ein kräftiges Wachstum des Logistikbereiches durchaus zu erzielen.

FM: Wie hat sich das Verhältnis zwischen dem Unternehmen Jungheinrich und seinen Beschäftigten in der Krise bewährt?

Dr. Limberg: Jungheinrich war in der Abschwungphase gezwungen, rasche Strukturmaßnahmen zur Kostenreduzierung zu ergreifen. Dabei konnte auf das Mittel

der betriebsbedingten Entlassung verzichtet werden, die Kurzarbeit hat hierbei erheblich geholfen und wird beispielsweise im Werk Moosburg immer noch genutzt. Auch in unseren ausländischen Vertriebsgesellschaften haben wir massive strukturelle Veränderungen durchgeführt und dabei auch Personal einsparen müssen. Ausgenommen hiervon war im Wesentlichen unser Servicepersonal, da wir im Dienstleistungsbereich einen deutlich geringeren Geschäftsrückgang zu verzeichnen hatten, als im Verkauf von Neugeräten.

FM: Welche der verschiedenen nationalen europäischen Märkte haben sich besonders gut gehalten, welche eher schlecht? Haben sich die osteuropäischen Länder einschließlich Russland erholt? Wie steht Deutschland im internationalen Vergleich da? Kann Jungheinrich von der guten Nachfrage in China überhaupt profitieren? Wie gestaltet sich Ihre Kooperation mit Mitsubishi Caterpillar Forklift America auf dem nordamerikanischen Markt?

Dr. Limberg: Europaweit lag das Wachstum zur Jahresmitte 2010 bei rund 25 Prozent – etwas weniger in Westeuropa, mehr in Osteuropa, das jedoch als Markt zwischenzeitlich fast vollständig zusammengebrochen war. Dabei stellt die wirtschaftliche Vorreiterrolle, die Deutschland derzeit spielt, auch für Jungheinrich eine sehr po-



Der Anfang 2008 eingeführte Jungheinrich-Verbrenner mit hydrostatischem Antrieb (DFG/TFG 425s–435s) hat sich im Markt etabliert

FLURFÖRDERZEUGE

sitive Funktion dar. Andere europäische Länder, wie Spanien, Portugal oder Griechenland, befinden sich in einer weit schlechteren Lage. Nordamerika, das ebenfalls sehr starke Rückgänge zu verzeichnen hatte, wächst mit circa 28 Prozent. Unsere Vertriebs-Kooperation mit Mitsubishi Caterpillar Forklift America (MCFA) in den Ländern Kanada, USA und Mexiko ist sehr gut angelaufen. MCFA hat mit dem Beginn dieses Jahres alle unsere Vertriebsaktivitäten in diesem Markt in vollem Umfang übernommen. Dies betrifft vor allem Lagertechnikgeräte von Jungheinrich, mit denen unser Kooperationspartner sein Angebot komplettiert. Die nordamerikanischen Händler unseres Vertriebspartners verfügen nun über eine vollständige Produktpalette. Südamerika weist ein ähnliches Wachstum aus wie der asiatische Markt, allerdings in ganz anderen, kleineren Größenordnungen. Asien, das absolut durch China dominiert wird, hat mittlerweile bereits zu seinen Verkaufszahlen, wie sie vor der Krise waren, zurückgefunden. Der asiatische Markt ist mittlerweile größer als der europäische.

FM: Können Sie als Jungheinrich AG von den Zuwächsen im asiatischen Markt profitieren?

Dr. Limberg: Ja, doch der Umfang, in dem wir an dessen Dynamik partizipieren, ist weiter ausbaubar. Unser Ziel ist es, den asiatischen Markt noch stärker zu durchdringen. Zum einen unterhalten wir ein Jointventure mit dem Unternehmen Ningbo Ruyi Zhejiang, nahe Schanghai, das für uns Handgabelhubwagen herstellt. Darüber hinaus verfügen wir über ein eigenes Produktionswerk in Qingpu bei Schanghai, in dem wir Deichselgeräte und Elektro Stapler für den asiatischen Markt herstellen. Zusätzlich sind wir mit einer Vertriebsgesellschaft in Schanghai präsent, die in diversen Regionen,



Der hydrostatische Gegengewichtsstapler VFG 316s-320s in Tragkraftklassen bis 2 t wurde von Jungheinrich Anfang 2010 auf den Markt gebracht

vor allem in den wirtschaftlich erfolgreichen Küstenprovinzen Chinas, mit der kompletten Angebotspalette aktiv vertreten ist. Dazu zählen auch hier Neugeräte, Gebrauchtgeräte sowie Miete und Aftersales-Services. In den Ländern Singapur, Thailand und Malaysia sind wir mit eigenen Vertriebsgesellschaften im Markt vertreten. Die übrigen Länder Asiens, wie Vietnam, Indonesien, Philippinen, Südkorea und Hong Kong, bearbeiten wir mit Vertriebspartnern. So verfügen wir über einen guten regionalen Zugang im gesamten asiatischen Markt.

FM: Ihre neuen Produkte und Lösungen, die Sie in den letzten Jahren 24 Monaten vorgestellt haben, scheinen sich auf Verbrenner- und Elektro Stapler, Lagertechnikgeräte und Lösungen im Bereich der Systemtechnik mit dem Jungheinrich-WMS und Identtechnik recht gleichmäßig zu verteilen. Täuscht dieser Eindruck?

Dr. Limberg: Unser Geschäftsmodell verlangt es, dort aktiv zu sein, wo ein Bedarf vorliegt. Wir wollen unseren Kunden ein vollständiges Intralogistikangebot für ihre Aufgabenstellungen bie-

ten – und das aus einer Hand. Dafür müssen wir die Entwicklung in allen verschiedenen Segmenten vorantreiben. Das ist uns in letzter Zeit besonders in der Systemtechnik mit der Lagernavigation und dem Datenfunk sowie im Bereich der verbrennungsmotorischen Stapler mit der Entwicklung unserer Hydrostaten-Reihe sehr gut gelungen.

FM: Mit Ihrer Beteiligung am österreichischen Logistiksoftwarehaus ISA vor rund einem Jahr haben Sie Ihr Engagement im IT-Bereich nochmals verstärkt. Weshalb verfolgen Sie diesen Weg, der sich von fast allen anderen Flurförderzeugen-Anbietern unterscheidet?

Dr. Limberg: Wir folgen unseren strategischen Analysen, in denen wir die maßgeblichen Trends für die Zukunft festmachen. Die Weiterentwicklung unserer Geräte bleibt natürlich wichtig. Doch die entscheidenden Effizienzpotenziale in der Intralogistik werden sich zukünftig vor allem durch die Optimierung gesamter Systeme, einschließlich der Vernetzung und Koordination der verschiedenen Prozessbausteine, ausschöpfen lassen. Für die Steuerung dieser

Prozesse sehen wir das Know-how in der Logistiksoftware sowie die IT-Kompetenz im Bereich Lagerverwaltungssystem, Auto-ID, Lagernavigation und Datenfunk als entscheidend an.

FM: Sie stellen in letzter Zeit immer wieder Branchenlösungen vor, zum Beispiel für die Automobil-, Getränke- oder Lebensmittelbranche. Ist dies Teil eines neuen Vertriebskonzepts?

Dr. Limberg: Nein, das ist kein neues Vertriebskonzept. Wir

richten unser Angebot nach dem Bedarf der Kunden aus – und das schon immer. Dazu müssen wir spezielle Produkte und Lösungen entwickeln. Hierzu gehört beispielsweise auch der neu vorgestellte Elektroschlepper für die Automobilindustrie. Darüber hinaus decken wir den Bedarf weiterer Industriebranchen, wie den von Ihnen genannten, ab. Viele dieser Lösungen werden in unserem Werk Lüneburg hergestellt, und zwar nicht nur als Individualgeräte, sondern auch als zielgruppenmodifizierte Kleinserien. Mit dieser Strategie erfüllen wir die Bedürfnisse spezieller Branchen und gewährleisten gleichzeitig die Zuverlässigkeit der Serienherstellung, durch die sich unsere Geräte auszeichnen.

FM: Ist es Ihnen mit der Entwicklung eines eigenen Hydrostaten gelungen, der Konkurrenz Marktanteile abzunehmen? Wie kommt der kleine Bruder des Hydrostaten beim Kunden an? Warum überhaupt der riesige Aufwand gegen mächtige Konkurrenz?

Dr. Limberg: Der kleine Bruder wird genauso gut ankommen, wie der große vom Markt ausgezeichnet angenommen wurde.

FLURFÖRDERZEUGE

Das Bessere ist der Feind des Guten. Wenn wir nicht mehr bieten könnten, als der etablierte Wettbewerb, wäre unser Aufwand vergebens gewesen. Mit einem reinen Me-too-Produkt hätten wir nicht jenen Markterfolg verzeichnen können, den wir haben.

FM: Stellt der neue EJE 116 ‚Silent Drive‘ für die geräuscharme Lkw-Anlieferung von Lebensmittel-filialen in Wohngebieten eine Antwort auf den Citi Truck dar? Was sagen Sie zu diesem Konkurrenzprodukt?

Dr. Limberg: Wir reagieren weniger auf Konkurrenzprodukte, als dass wir uns mit den Kundenbedürfnissen befassen. Wenn der Wettbewerb ein Gerät erfolgreich im Markt platziert hat, ist es für uns schon zu spät. Für solche kurzfristigen Reaktionen dauern die Entwicklungszeiten von Geräten einfach zu lang. Unsere Antwort auf den Kundenbedarf war der EJE 116 ‚Silent Drive‘, die Entwicklung des Wettbewerbers ging in eine andere Richtung. Eine wichtige Frage lautet dabei, ob der Kunde die gegebe-

ne Gewichtsbeschränkung und eine relativ bescheidene Motorisierung akzeptieren wird. Die entscheidende Instanz wird, wie immer, der Markt sein.

FM: Einer Ihrer Wettbewerber hat einen Elektrostapler für Tragfähigkeiten von bis zu 8,5 Tonnen vorgestellt. Ist dieses Marktsegment für Sie zu klein?

Dr. Limberg: Für uns liegt die Obergrenze bei schweren Elektrostaplern nach wie vor bei 5 Tonnen. Bisher sehen wir uns durch die Nachfrage im Markt in

unserer Einschätzung bestätigt. Ich will eine Änderung unserer Position für die Zukunft nicht ausschließen, aber aktuell sehen wir keinen Handlungsbedarf.

FM: Welches war für Sie Ihre bedeutendste Neuvorstellung der vergangenen 24 Monate?

Dr. Limberg: Die wichtigste Innovation – wenn ich den Umfang des Gesamtprojekts betrachte – war wohl die Hydrostaten-Reihe. Doch auch unsere Neuentwicklung der elektromotorischen Gegengewichtsstapler der Baureihe

EFG 2/3 und die Lagernavigation hat für das Unternehmen einen hohen Stellenwert. Zusammen mit der Vorstellung unseres Intra-logistik-Herzstücks, dem Warehouse-Management-System, sind dies wohl unsere ‚Bullet Points‘ der letzten zwei Jahre.

FM: Wird Jungheinrich gezielt zur Cematec Neuentwicklungen vorstellen, oder kann ein großer Flurförderzeugehersteller, wie Ihr Unternehmen, auf Anlässe wie Messen nicht hinarbeiten?

Dr. Limberg: Die Cematec in Hannover hat für Jungheinrich eine sehr große Bedeutung und wir arbeiten sehr gezielt darauf hin, auf dieser Veranstaltung Neuentwicklungen vorstellen zu können. Allerdings stehen die von uns vorgestellten Geräte dem Markt auch wirklich zur Verfügung. Damit unterscheiden wir uns von manchem Konkurrenten. Es gilt den Leitcharakter der Messe Cematec und ihren internationalen Charakter weiter auszubauen. Wir freuen uns schon heute darauf, unsere Kunden und das interessierte Fachpublikum auf unserem neu gestalteten Messestand begrüßen zu dürfen. Auf unsere Gäste warten viele interessante Neuerungen und Weiterentwicklungen.

FM: Aus welcher Richtung werden Ihre Neuvorstellungen auf der Cematec zu erwarten sein?

Dr. Limberg: Wir haben speziell für die Cematec einige Pfeile im Köcher, doch zum gegenwärtigen Zeitpunkt kann und möchte ich noch nichts Konkretes dazu sagen. Wir wollen den Bogen noch etwas spannen, um im Bild zu bleiben. Wir werden auf jeden Fall neben den statischen Ausstellungsstücken auch die Intra-logistik in ihrer ganzen Dynamik bewegt darstellen.

Interview: Hans-Martin Piazza



Die Jungheinrich-Kommissionierer vom Typ EKS 210/312 sind mit RFID-Technologie ausgerüstet. Dadurch kann das Lagerverwaltungssystem die Position der Stapler jederzeit genau definieren und das Fahrzeug automatisch an die richtige Stelle im Gang navigieren

Weitere Informationen

www.jungheinrich.de