

Eine Branche UNTER DRUCK

Im April lassen die Baumaschinenhersteller in München wieder ihre Muskel spielen. Doch die Leistungsschau kann trotz ihrer Gigantomanie nicht über die Probleme der Branche hinwegtäuschen. Auch in Österreich befürchten namhafte Händler, dass die Talsohle noch nicht erreicht ist. Die Margen schrumpfen weiter und selbst etablierte Marken gehen aggressiv in den Preiskampf.

Von Bernd Affenzeller

2012 war nicht leicht, und 2013 wird aller Wahrscheinlichkeit nach auch nicht wirklich einfacher. So lässt sich die Situation am heimischen Baumaschinenmarkt in wenigen Worten zusammenfassen. In fast allen Segmenten wurden 2012 weniger Maschinen verkauft als im Jahr davor.

Der Markt für Baggerlader ist fast um die Hälfte eingebrochen, ebenso der Markt für Kompaktlader. Leichte Zuwächse im einstelligen Prozentbereich gab es bei Teleskop-, Mini- und Mobilbaggern. Mit einem signifikanten Anstieg der Nachfrage rechnet auch für 2013 kaum jemand. Daran wird auch die bauma in München nichts ändern. »Eine Messe erhöht die Nach-



CEE-Geschäftsführer Horatschek befürchtet 2013 leichtes Minus.

Bei der bauma in München werden die Hersteller wieder eine Innovationsschau der Superlative starten. Die Nachfrage nach neuen Geräten wird sich aber auch durch die Messe nicht erhöhen.



frage nicht. Auch wenn es sich um eine Weltleitmesse wie die bauma handelt. Damit die Nachfrage steigt, brauchen unsere Kunden Aufträge, keine Messen«, sagt Stefan Kuhn, Geschäftsführer von Kuhn Baumaschinen, und rechnet für 2013 mit einer Seitwärtsbewegung des Marktes. Auch Friedrich Mozelt, Vorsitzender der Geschäftsführung von

Zeppelin Österreich, sieht keine Anzeichen für relevantes Wachstum, vielmehr rechnet er für den Gesamtmarkt sogar mit einem leichten Rückgang der Nachfrage. Und Wolfgang Horatschek, Geschäftsführer CEE Maschinenvertrieb, befürchtet sogar, dass die Talsohle noch nicht erreicht ist und es noch einmal einen »Ruck nach unten« geben könnte. Besser stellt sich die Situation nur bei denjenigen dar, die in den letzten Jahren so richtig am Boden gelegen sind. Philipp Hittmayr, Geschäftsführer der auf Produkte des Italienischen Betontech-

➤ AUSBLICK BAUMA-TREND 2013: SPRIT SPAREN ◀

➤ **Energieeffizienz und Kraftstoffeinsparung** gehören zu den Trends auf der bauma 2013. Praktisch in allen Produktsegmenten werden neue Lösungen zu sehen sein. Dazu ein paar Highlights.



➤ **Hybridbagger von Caterpillar**

Auf dem Münchner Messegelände wird die Öffentlichkeit zum ersten Mal den neuen Cat Hybridbagger 336E H zu Gesicht bekommen. Statt die kinetische Energie beim Abbremsen des Oberwagens zu vernichten, wird sie in einen Druckspeicher geleitet und dann zum erneuten Drehen des Oberwagens genutzt. Dabei hat der US-amerikanische Hersteller Caterpillar nach eigenen Angaben das technisch anspruchsvolle

Wiedereinleiten der hydraulischen Energie gemeistert. Der Lohn der Entwicklermühen sind laut Unternehmensangabe ein um rund 25 Prozent niedrigerer Spritverbrauch.

➤ **Effizienzsteigerung bei Doosan**

Doosan hat zwei neue, schwere Kettenbagger in der 50 t-Klasse auf den Markt gebracht, die die Abgasnorm der Stufe IIIB erfüllen: das Modell DX490LC-3 mit 49 Tonnen und das Modell DX530LC-3 mit 52 Tonnen. Wie der koreanische Hersteller mitteilt, wurde das Verhältnis von Produktivität und Kraftstoffverbrauch bei beiden Maschinen im Standard-Betriebsmodus im Vergleich zu Vorgängermodellen um 9 Prozent gesteigert.

➤ **Neue Motoren von JCB**

JCB stellt auf der bauma 2013 erstmals seine Ecomax-Motoren vor. Sie erfüllen die strenge Emissionsgesetzgebung der Stufe IIIB und Tier 4 Interim, ohne auf Dieselpartikelfilter oder Abgasnachbehandlung zurückzugreifen. Stattdessen setzt JCB eine zum Patent angemeldete, neue Motorentechnologie ein, die eine besonders sauberere und effiziente Verbrennung erlaubt. Neben dem Umweltnutzen durch die Verringerung der Abgase bietet die Neuentwicklung den Kunden ein verbessertes Drehmoment über den gesamten Drehzahlbereich hinweg was nach Firmenangaben den Kraftstoffverbrauch merklich reduziert.

➤ **Neuer Hybrid-Hydroseilbagger von Liebherr**

Eine Hybridlösung für »Heavy-Duty-Anwendungen« ist der Hydroseilbagger HS 8300 HD von Liebherr. Die über 350 Tonnen schwere Weltneuheit ist mit einem leistungsstarken und zugleich umweltfreundlichen Hybridantrieb auf Hydraulikbasis ausgestattet. Nach Herstellerangaben erhöht das Speichern und anschließende Reaktivieren überschüssiger Energie zum einen die Umschlagleistung, zum anderen verringert es den Spritverbrauch erheblich.



nikerzeugers CIFA spezialisierten Hittmayr Baumaschinen GmbH, berichtet von einem Umsatzplus von stolzen 20 Prozent, räumt aber auch einen extremen Absturz in den Jahren davor ein. »Wie wenn man gegen eine Wand läuft«, beschreibt Hittmayr den Umsatz- und Nachfragerrückgang von 2008 auf 2009.

Hohe **Preissensibilität**

Zu den zentralen Herausforderungen zählt heute mehr denn je die Margensituation. Dabei zeigt sich die Branche durchaus auch selbstkritisch. »Mit dem Versuch, unsere Produkte immer noch attraktiver zu machen, wurde der Kunde von allen Wettbewerbern zu unmoralischen Er- ◊

RINGER

Gerüste - Schalungen

RINGER KG. Römerweg 9
A 4844 Regau
Tel: +43 7672 72711 0
Fax: +43 7872 78805
e mail: verkauf@ringer.at
<http://www.ringer.at>

GERÜSTE



SCHALUNGEN



RINGER

Gerüste - Schalungen

**Besuchen Sie uns
auf der**

**bauma
2013**

Halle A2, Stand 327



BLITZUMFRAGE I

➤ Was erwarten Sie von 2013?

➤ **Hans Grand, Kommunikationsleiter Volvo Baumaschinen:** »Die Zeichen stehen nicht schlecht und wir sind überzeugt, dass wir in einigen Segmenten wachsen können. Im ersten Quartal haben wir schon überproportionale Erfolge erzielt.«

➤ **Philipp Hittmayr, Geschäftsführer Hittmayr Baumaschinen:** »Wir rechnen mit weiteren Zuwächsen, sowohl im After-sales-Bereich als auch im Neuverkauf. Der Auftragsstand liegt schon jetzt deutlich über dem Gesamtjahr 2012.«

➤ **Wolfgang Horatschek, Geschäftsführer CEE Maschinenvertrieb:** »Mit signifikanten Steigerungen ist nicht zu rechnen, eher noch mit einem leichten Minus.«

➤ **Johann Kreuzberger, Leiter Vertriebsmarketing Liebherr:** »Vor dem Hintergrund der gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen rechne ich auch in unserer Branche mit einer positiven Entwicklung.«

➤ **Stefan Kuhn, Geschäftsführer Kuhn Baumaschinen:** »Es ist aus heutiger Sicht nicht mit einer Verschlechterung zu rechnen. Das Ziel aller muss es sein, die Preise wieder

auf ein Niveau zu bringen, mit dem auch die Händler leben können.«

➤ **Friedrich Mozelt, Geschäftsführer Zepelin Österreich:** »Beim Verkaufsmarkt sehe ich keine Anzeichen für relevantes Wachstum. Dafür wird das Potenzial im Servicebereich weiter wachsen.«

➤ **Manuel Portner, Business Line Manager Portable Energy und Construction Tools bei Atlas Copco:** »Es wird mit Sicherheit nicht einfacher. Aber wir erwarten uns weiterhin ein stabiles Geschäft, angelehnt an das Jahr 2012 mit einem Plus von 2–3 %.«

“ **Um genügend Maschinen für den lukrativen After-sales-Bereich im Markt zu haben, lassen sich die Hersteller auf einen brutalen Preiskampf ein.** ”



Stefan Kuhn: »Im Sinne aller Marktteilnehmer muss das Preisniveau wieder steigen.«

»wartungen verführt«, sagt Horatschek und erntet dafür bei den meisten Kollegen Zustimmung. Bei fast allen Playern sind die Margen deutlich gesunken. Während die Kosten bei der Herstellung laufend steigen, lassen sich Preiserhöhungen am Markt nur schwer umsetzen. »Das geht nur über entsprechende Produkt-Benefits, weil Kunden auf Preiserhöhungen sehr sensibel reagieren«, erklärt Manuel Portner, Business Line Manager Portable Energy und Construction Tools bei Atlas Copco. Auch für Hittmayr sind Preissteigerungen wenn, dann nur über Produktinnovationen zu realisieren. »Aber

sogar mit Innovationen ist es schwierig. Die Preissensibilität ist immer noch sehr hoch«, berichtet Hittmayr, der seit kurzer Zeit auch den chinesischen Hersteller ChengGong im Sortiment hat und von der hohen Kundenakzeptanz überrascht war. »Damit habe ich ehrlich gesagt nicht gerechnet, aber die Kombination aus günstigem Preis mit dem gewohnten

Hittmayr-Servicestandard ist für viele Kunden sehr attraktiv.«

Mittel- bis langfristig werden die Verkaufszahlen aber auch wieder steigen, aus dem einfachen Grund, dass viele Maschinen am Ende ihres Lebenszyklus angelangt sind. »In den letzten Jahren wurden Reparaturenentscheidungen getroffen, die wirtschaftlich nicht mehr nachvollziehbar waren. Aber irgendwann müssen auch diese Maschinen getauscht werden«, ist Horatschek überzeugt. Das Zauberwort in der Branche heißt aber Service. Das ist auch die Chance für Qualitätsanbieter mit einem dichten Service- und Partnernetz. »Was nützt einem Unternehmen eine bil-

BLITZUMFRAGE II

➤ Wie wirken sich die Turbulenzen bei der Alpine auf den Baumaschinenmarkt aus?

➤ **Hans Grand, Volvo:** »Diese Entwicklung sorgt natürlich für eine allgemeine Verunsicherung. Es gibt viele in der Baumaschinenbranche, die heute um ihr Geld bangen müssen.«

➤ **Philipp Hittmayr, Hittmayr:** »Viele unserer Kunden sind Lieferanten der Alpine. Die spüren das natürlich. Und damit indirekt auch wir.«

➤ **Wolfgang Horatschek, CEE:** »Die Alpine hat schon in den vergangenen Jahren

die Investitionen in den Maschinenpark deutlich reduziert. Durch die Restrukturierungen werden jetzt sicher auch Maschinen aus dem Ausland zurückgeholt. Das wird sich natürlich auf die Neuverkäufe auswirken.«

➤ **Johann Kreuzberger, Liebherr:** »Das Investitionsverhalten der Kunden wird damit noch vorsichtiger.«

➤ **Stefan Kuhn, Kuhn:** »Die Auswirkungen werden gering sein, weil die Alpine in den letzten Jahren auch kaum Investitionen getätigt hat.«



Zeppelin-Geschäftsführer Friedrich Mozelt:
»Keine Anzeichen für relevantes Wachstum.«

lige Maschine, wenn im Problemfall das Service nicht funktioniert oder Ersatzteile ewig lang auf sich warten lassen?«, fragt Volvo-Kommunikationschef Hans Grand. Und auch Zeppelin-Geschäftsführer Friedrich Mozelt ist überzeugt, dass der günstigere Kaufpreis wenig bringt, wenn ein Produkt nicht richtig serviert wird.

Auf in den Preiskampf

Der Vormarsch des Servicegedankens ist paradoxerweise aber auch mitverantwortlich für die niedrigen Preise am Markt. Denn dass selbst etablierte Qualitätsmarken mitunter einen bein-

harten Preiskampf führen, hat einen einfachen Grund: Nur wer genügend Maschinen im Markt hat, kann über den Aftersales-Bereich Geld machen. Und das lassen sich einige Hersteller einiges kosten. □



Selbst mit Produktinnovationen wie den neuen Motorentechnologien sind kaum höhere Preise zu erzielen.

- Fertigteilbau
- Deckensysteme
- **Wandsysteme**
- Fertiggeller
- Fertigteilstall
- Klimax Haus
- Rebloc



OBERNDORFER BETONFERTIGTEILE.
modern. sicher. effizient. gestaltbar. nachhaltig.

www.oberndorfer.at

OBERNDORFER
DIE ZUKUNFT DES BAUENS.