LIGNA 2013

Interview mit Dr. Markus Flik und Jürgen Köppel

Ganz kurzer Rückblick 2012: Wie lief das Jahr für den Weltmarktführer in Sachen Holzbearbeitungsmaschinen in Europa, in Amerika, Asien und dem Rest der Welt?

Jürgen Köppel: Betrachten wir unsere weltweiten Absatzregionen, so hat sich in der Region Deutschland, Österreich und Schweiz eine leichte Investitionszurückhaltung bemerkbar gemacht. Angesichts der immer noch ungelösten Schuldenkrisen in Europa und den weltweit trüberen Konjunkturaussichten, sehen wir nun auch bei unseren Kunden in Zentraleuropa eine gewisse abwartende Haltung. Die Kunden wollen investieren, halten sich aber vorerst noch zurück.
Die Region Westeuropa wurde schon in den vergangenen Quartalen von den Staatsschuldenproblemen in Italien, Spanien und Portugal überschattet. Osteuropa lag im 3. Quartal 2012 im Auftragseingang unter dem sehr guten Vorjahreswert, der allerdings durch den Großauftrag Mekran deutlich geprägt war. Amerika hat sich zwischen Juli und September positiv entwickelt und den Vorjahreswert übertroffen. In den USA hat sich dabei die Verbesserung der konjunkturellen Rahmenbedingungen positiv ausgewirkt. Auch in Brasilien hat sich der Auftragseingang gegenüber dem Vorjahreszeitraum verbessert. In Asien konnten wir uns im 3. Quartal gegenüber dem Vorjahr wiederum verbessern. Neben China erhöhte sich der Auftragseingang in weiteren Märkten in der Region Asien/Pazifik sowohl im Projekt-, als auch im Einzelmaschinengeschäft.

Was erwartet die HOMAG Group für die kommenden zwei Jahre an Entwicklungen in wirtschaftlicher Hinsicht? Eher positiv, verhalten oder sogar negative Aussichten?

Markus Flik: Trotz eines anspruchsvollen Marktumfeldes konnte die HOMAG Group ihre Ertragslage in den ersten neun Monaten des Jahres 2012 im Vergleich zum Vorjahr deutlich verbessern. Die HOMAG Group überzeugt weiterhin am Markt und das Interesse an unseren Produkten ist nach wie vor hoch. Wenn auch aktuell eine Schwäche im Euroraum herrscht, bieten sich hervorragende Chancen für die HOMAG Group. Wichtig hierfür sind unsere

globale Präsenz und unser breites Produktportfolio inklusive Dienstleistungen. Gerade jetzt können wir uns von unseren Wettbewerbern differenzieren, wobei Innovationen eine wichtige Rolle spielen. Das haben wir unter anderem auf unseren Hausmessen in 2012 gezeigt. Wichtig ist, dass wir uns in einem schwierigen Umfeld auf unserem Weg nicht beirren lassen. Basis hierfür ist in erster Linie die Zufriedenheit unserer Kunden, aber auch die konsequente Verfolgung unserer Strategien.

In welchen Sparten konnte die HOMAG Group zulegen, wo musste die Gruppe Verluste verkraften? Teilen Sie die Ansicht, dass etwa der Häusermarkt in den USA wieder anzieht und hat dies Auswirkungen auf den Maschinenbauer HOMAG?

Markus Flik: Zugelegt haben wir vor allem in den Bereichen, in denen unsere Kernkompetenzen liegen – beispielsweise im Projektgeschäft, aber auch bei den Einzelmaschinen wie in der Format- und Kantenbearbeitung. Ebenfalls gestärkt haben wir unsere Position im Bereich der Schleiftechnologie. Durch die Einweihung der neuen Montagelinie "Schleiftechnologie BÜTFERING" bei WEEKE in Herzebrock fertigen wir diese Maschinen nun auf einer der modernsten Produktionslinien weltweit.

Durch die Eröffnung neuer Showrooms in Deutschland und der Schweiz verstärken wir unsere Position in der DACH Region. Besonders stolz sind wir auf das neu gestaltete HOMAG Group CompetenceCenter in Herzebrock. Dort zeigen wir den Besuchern das komplette HOMAG Group Leistungsspektrum an einem einzigen Standort. Mit der neuen Zentrale der HOMAG Schweiz in Höri bei Zürich entstand auch hier ein hochmodernes Gebäude, das die Kompetenz und Qualität der HOMAG Group für Kunden und Besucher zum Erlebnis macht.

Was den Häusermarkt in den USA betrifft, hat die NAHB (National Association Of Homebuilders) die erwarteten Baustarts nach oben korrigiert und eine weitere Verbesserung um 19 % prognostiziert.
Der Wohnungsbau erholt sich also schneller als erwartet – für uns sollte das in erster Linie eine erhöhte Nachfrage im Bereich des Holzhausbaus mit WEINMANN und in der Bauelementeproduktion bedeuten. Aber auch in der Möbelproduktion sollte sich diese Entwicklung positiv bemerkbar machen. Dies war bereits auf der IWF 2012 in Atlanta zu spüren.

Wie beurteilen Sie das momentan uneinheitliche Bild, welches Chinas Märkte abgeben? Sind hier noch hohe Zuwächse zu erwarten, oder blicken Sie schon auf den nächsten Boom-Markt Indien?

Jürgen Köppel: Die für uns relevanten Trends in China sind die zunehmende Urbanisierung, das Cocooning und das Streben nach höheren Lebensstandards. Dabei orientiert sich die chinesische Bevölkerung an westlichen Vorbildern. So haben wir uns entschieden unseren Produktionsstandort HOMAG Machinery Shanghai weiter auszubauen. China wächst kontinuierlich weiter und wir wachsen mit, auch wenn das Wachstum des Marktes etwas an Dynamik eingebüßt hat.

Indiens Markt unterscheidet sich hier deutlich – die Wachstumsraten sind niedriger, trotzdem warten dort enorme Potenziale auf uns. Das Land ist noch nicht so industriell geprägt wie China und die Massenproduktion nimmt nicht denselben Stellenwert ein. Aber die Bedeutung Indiens wird in den kommenden Jahren zunehmen. Aus diesem Grund haben wir 2012 unseren Produktionsstandort HOMAG Machinery Bangalore eröffnet und mit unserer Vertriebsgesellschaft HOMAG India sind wir ja bereits viele Jahre vor Ort.

Was für Auswirkungen hat es, wenn China wieder zweistellige Wirtschaftswachstumsraten erzielt? Wie sehr spürt die HOMAG Group etwa die Rohstoffverknappung, ausgelöst durch die Nachfrage des chinesischen Marktes?

Jürgen Köppel: Mit einer aufstrebenden Wirtschaft stößt China aufgrund des Mangels an qualifizierten Facharbeitern an Kapazitätsgrenzen. Aus diesem Grund werden Themen wie „Automatisation & Handling“ weiter an Bedeutung gewinnen. Zudem steigt das Interesse an unseren **eco**Plus Technologien. Auch in Asien setzt man inzwischen immer mehr auf Ressourceneffizienz und eine nachhaltige Produktion.

Die Rohstoffverknappung hatte im Jahr 2012 keine spürbare Auswirkung auf die HOMAG Group.
Doch in der Vergangenheit machte sich dieses Thema zeitweise bemerkbar. Hier bergen sich immer gewisse Risiken und wir behalten die Entwicklungen im Auge.

Standort Deutschland: Ist es für einen Weltmarktführer im Maschinenbau nach wie vor lukrativ, in Deutschland zu fertigen? Welche Arten von Maschinen sind dies? Wie reagieren Sie auf die wachsende Konkurrenz aus Fernost?

Markus Flik: Wir fertigen für unsere Kunden Hightech-Produkte und intelligente Lösungen mit hohem technischem Anspruch. Voraussetzung hierfür ist die hohe Innovationskraft und das Know-how am Standort Deutschland, ergänzt um die Konzepte unseres HOMAG Group Engineering. Diese Faktoren sind ausschlaggebend für den qualitativ hochwertigen Maschinenbau. Wir setzen auf „Made in Germany".
Natürlich fertigen wir auch Maschinen bei HOMAG Machinery Shanghai, allerdings nur für den chinesischen Markt, um auch dort vor Ort im Wettbewerb bestehen zu können – ganz nach dem Motto „local products for local markets". So sparen wir hohe Transport- und Zollkosten und sind in der Lage, unsere Maschinen zum marktgerechten Preis anzubieten. Der gleiche Ansatz gilt für HOMAG Machinery Bangalore in Indien und HOMAG Machinery São Paulo in Brasilien.

Was bedeutet 2013 die Ligna für die HOMAG? Welchen Stellenwert hat diese Messe für die HOMAG? Und mit welcher Größenordnung werden Sie in Hannover präsent sein?

Jürgen Köppel: Als Weltleitmesse der holzbe- und verarbeitenden Branche ist die LIGNA für uns das Top-Event. Die LIGNA ist die Innovationsleitmesse, auf der wir als Weltmarktführer auch 2013 die Messlatte wieder hoch legen werden. Mit dem traditionellen HOMAG Group InnovationCenter setzen wir als größter Aussteller der Ligna erneut Maßstäbe in unserer Branche. Unser Ziel ist es, auch dieses Mal den Markt weltweit zu bewegen und die Ligna bietet uns dafür die richtige Plattform.

Wir freuen uns schon jetzt die Messebesucher in der einzigartigen Atmosphäre der „HOMAG City" willkommen zu heißen. Wir setzen alles daran unsere Kunden und Interessenten zu begeistern. Jeder ist herzlich eingeladen, sich in der HOMAG City inspirieren zu lassen!

Gibt es schon technologische Ausblicke, die Sie uns für die Messe verraten können?

Markus Flik: Ein übergreifender Schwerpunkt liegt sicher auf dem Thema Energie- und Ressourceneffizienz. Mit unseren **eco**Plus Maßnahmen stellen wir erneut die Wichtigkeit von Nachhaltigkeit und effizienten Produktionsprozessen in den Vordergrund.
Die Präsentation unserer Kernkompetenz, die Lieferung von kompletten Anlagen und Zellen aus einer Hand für die Serien- und Losgröße-1-Fertigung, spielt auf unserem Stand in Halle 26 wieder die entscheidende Rolle. Auch auf die Themen „Automatisation & Handling“ und „Leichtbau“ werden wir einen Fokus legen. Wichtig ist uns, unseren Kunden erneut zu zeigen, welchen Vorsprung sie durch die Investition in ganzheitliche Lösungen der HOMAG Group erreichen können. Von der Software bis zur Verpackung bieten wir Lösungen für jede Anforderung. So können sich unsere Kunden durch die höhere Produktivität unserer Anlagen und die überzeugende Produktqualität von ihren Wettbewerbern differenzieren.
In Halle 11 haben wir intelligente Lösungen speziell für das Handwerk vorbereitet. So zeigen wir neben unserem breiten Portfolio an Einzelmaschinen auch clevere Werkstattkonzepte und wie es gelingt eine Schreinerwerkstatt mit überschaubaren Investitionen effizienter zu gestalten.