

Der Stapler ist nicht genug

Betriebe konzentrieren sich zunehmend auf ihr Kerngeschäft. Probleme mit dem Fahrzeugpark wollen und können sie sich nicht leisten. Gefragt sind Komplettlösungen, die weit über das reine Flurförderzeug hinausgehen.

In der Intralogistik sind noch Schätze zu heben. Branchenkenner gehen davon aus, dass derzeit ein Rationalisierungspotenzial von 10 bis 20 % vorhanden ist. Ein Trend zieht sich durch die ganze Branche: Der Stapler allein ist dem Kunden zu wenig. Die Unternehmen konzentrieren sich zunehmend auf ihre Kerngeschäftsfelder. „Gefragt sind immer häufiger komplette Lösungen, die über das eigentliche Flurförderzeug deutlich hinausgehen“, ist sich Bert Frisch, Leiter Unternehmenskommunikation bei der Still GmbH in Hamburg, sicher. Die Nachfrage nach Flottenübernahmen und Serviceleistungen steigt.

Zudem ist den Anwendern daran gelegen, den TCO (Total Cost of Ownership) zu reduzieren. „Viele Nutzer achten nicht ausschließlich auf die Anschaffungskosten, sondern behalten auch die Kosten im fortlaufenden Betrieb im Auge“, hat Frisch festgestellt. Energieverbrauch und günstige Servicekonzepte gewinnen an Bedeutung.

Nach Ansicht von Frisch zählt in der Intralogistik nicht nur der möglichst schnelle und



Toyota setzt auf einen Mix aus japanischer Tradition und effizienter Produktionstechnik. Im französischen Ancenis werden die Gabelstapler für Europa gebaut. Probleme in der Fertigung werden mit Hilfe der so genannten Andon-Tafeln auf der Stelle gelöst

Bilder: Still, Toyota



> MARKTCHANCEN

Der schnelle und zuverlässige Vor-Ort-Service steht bei den Herstellern von Flurförderzeugen ganz oben auf der Liste, denn für den Kunden ist dies ein entscheidendes Kaufkriterium geworden. Die Firmen reagieren konsequent auf diese Forderung und wollen sich dadurch Marktanteile sichern.

Mit dem Staplergeschäft soll es auch 2007 weiter aufwärts gehen. Die Hersteller sind zuversichtlich und rechnen mit einer positiven Geschäftsentwicklung Bild: Still

effiziente, physische Transport von Teilen und Komponenten: „Immer wichtiger wird vielmehr der begleitende und durchgängige Informationsfluss.“ Diese Verknüpfung von Hard- und Software soll künftig eine noch größere Rolle spielen. Deshalb setzt der Hamburger Staplerbauer verstärkt auf eine durchgehende Integration von intelligenten Flurförderzeugen und Kommunikationssystemen. „Hier haben wir bereits mit dem automatischen, fahrerlosen Schmalgangstapler MX-X, dem autonomen Schubmaststapler FM und dem RFID-Navigationssystem Zeichen gesetzt“, so Frisch.

In diesem Jahr hat sich Still die verbrauchs-optimierte Hybridtechnologie auf die Fahnen geschrieben, nachdem die Hamburger mit dem RX 70 den Dieselstapler mit dem weltweit geringsten Kraftstoffverbrauch seiner Klasse vorgestellt haben. Das Modell schluckt nicht mehr als 2,5 l in der Stunde. „Aber auch im Bereich Brennstoffzelle sind wir in einem Forschungsprojekt aktiv“, ergänzt Frisch.

Jan Burmeister, Geschäftsführer der Atlet Flurförderzeuge, kann den Trend bestätigen, dass der Kunde mehr verlangt als einen zuverlässigen, sicheren und ergonomisch durchdachten Stapler: „Der Nutzer ist an Komplettlösungen interessiert. Das fängt bei der professionellen Projektberatung an und erstreckt sich über Finanzierungs- und Versicherungsabwicklungen bis hin zu Fahrerschulungen und Fullservicepaketen.“

Der Staplerspezialist aus Oberhausen hat sich mit seinen 62 Mitarbeitern darauf eingestellt. Zusammen mit externen Partnern will Atlet eine flächendeckende Einsatzbereitschaft im Kundendienst realisieren, um so auf überregionale Ausschreibungen von Großkunden reagieren zu können. Zudem will Burmeister damit die internen Servicekosten reduzieren.

Georg Silbermann, Mitglied der Geschäftsleitung bei der Linde Material Handling GmbH & Co. KG, sieht der anstehenden Fachmesse Logimat in Stuttgart mit großen Erwartungen entgegen: „Das erste Mal präsentieren wir

RFID-TECHNOLOGIE

Jungheinrich macht Stapler zu Datenträger

Die Jungheinrich AG startet optimistisch in das neue Jahr. Technikvorstand Dr. Erich Kirschneck geht davon aus, dass die Geschäfts- und Ertragsentwicklung weiterhin positiv verläuft: „Dafür spricht das günstige Marktumfeld für Flurförderzeuge.“

Für 2007 hat sich der Hamburger Staplerhersteller unter anderem dem Thema RFID verschrieben. Dafür hat Jungheinrich die Projektleitung des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung unterstützten Forschungsvorhabens „IdentProLog“ übernommen. Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen sind an dem Vorhaben beteiligt. „Wir wollen einen branchenübergreifenden Standard für Industrie und Handel schaffen“, so Kirschneck. Ga-



RFID im Lager: Ein Lesegerät zwischen den Gabelzinken macht den Stapler zum Informations-träger Bild: Jungheinrich

belstapler und mit Transponder ausgestattete Ladungsträger sollen über RFID kommunizieren und so den Materialfluss optimieren. „Für uns ist RFID die Grundlage für eine schlanke Intralogistik“, so Kirschneck.

uns dort als eigenständiges Unternehmen unter dem Dach der KION-Gruppe.“ Silbermann ist davon überzeugt, dass „wir in 2006 eine Reihe von Trends gesetzt haben, die noch in das laufende Jahr hineinreichen werden.“

Allem voran der Elektrostapler E 12 bis E20, mit dem die Aschaffener eine Art Perpetuum Mobile für Flurförderzeuge erfunden haben: Die Modelle bringen nämlich mehr Leistung bei weniger Energieverbrauch. Erreicht wird das durch ein neues Energiemanagement. Dies besteht aus einem wartungsfreien, gekapselten Antriebsaggregat, einer exakten Batterie-Entladeanzeige und nicht weniger als fünf Optionen für einen schnellen Batteriewechsel. Gerade die Wirtschaftlichkeit ist für Silbermann ein allgemeiner Trend im Markt der Flurförderzeuge,

Verlässlicher Service wird Kaufkriterium

denn der Kostendruck in den Firmen sei allgegenwärtig. „Mit unseren Technologien erreicht der Fahrer eine hohe Umschlagsleistung“, versichert Silbermann. „Gleichzeitig werden die Betriebskosten minimiert.“

Das Thema Service steht für Silbermann ebenfalls ganz oben auf der Liste. Der Manager ist davon überzeugt, dass ein schneller, verlässlicher Vor-Ort-Service – oft verbunden mit einem passgenauen Finanzierungskonzept – immer öfter zum entscheidenden Kaufkriterium wird. Dieser Anforderung will Linde weiterhin mit seinem Netzwerk nachkommen – nach eigenen Angaben das dichteste der Branche in Deutschland.

Francesco Chinaglia, Sales and Marketing Director bei der OM Group in Lainate bei Mailand, hat sich für 2007 hohe Ziele gesteckt. Schon im letzten Jahr haben die Italiener ihre Produktlinie komplett überarbeitet und ihr Corporate Identity erneuert. „Dabei handelt es sich nicht lediglich um einen Imagewechsel, sondern um eine komplette Neuentität der gesamten Firmenkultur“, betont Chinaglia. „Hinsichtlich Design, Tradition und Dynamik wollen wir unseren italienischen Stil neu interpretieren und treffender kommunizieren. Diesen Prozess werden wir in diesem Jahr intensivieren.“ Das Vorhaben wirke sich bereits positiv auf den lokalen Marktauftritt in China aus. Entwicklungstechnisch setzt OM in 2007 verstärkt auf elektronische Assistenzsysteme, die den Bediener bei seiner Arbeit aktiv entlasten und das Fahrzeug sicherer machen sollen.



Die XD-Staplerflotte von OM ist für Traglasten von 4 bis 10 t ausgelegt und besitzt eine vollständig gedämpfte Kabine Bild: OM

Die Toyota Gabelstapler GmbH will nicht nur Weltmarktführer hinsichtlich der Umsätze bleiben, sondern auch bei der Kundenzufriedenheit ganz vorne mitmischen. Für 2007 streben die Duisburger ein weiteres Wachstum an, allerdings nur „auf Basis langfristiger Geschäftsbeziehungen“, wie Geschäftsführer Volker Schüssler betont. In diesem Jahr hat sich das Management erstmals dazu entschlossen, auf der Fachmesse Logimat in Stuttgart auszustellen. Mit auf dem Stand sind Toyota Vertragshändler aus Baden-Württemberg. Schüssler: Wir wollen die Geschäftsbeziehungen zu unseren Kunden in dieser Region vertiefen, um besser auf ihre Anforderungen reagieren zu können.“

Toyota entwickelt und verbessert weltweit alle Produkte gemäß der so genannten Kaizen-Philosophie. Kaizen steht dabei für die ständige Verbesserung nicht nur von Produkten und Dienstleistungen, sondern auch von Produktionsabläufen. „Jeder Mitarbeiter ist sich

seiner Kaizen-Verantwortung bewusst“, versichert Schüssler. „Auf diese Weise trägt er dazu bei, für Kunden und Gabelstaplerfahrer die beste Lösung zu realisieren.“

Die Crown Gabelstapler GmbH & Co. KG hat im letzten Jahr dafür gesorgt, dass in 2007 das Geschäft brummt. „Zahlreiche Hochregal-Kommissionierstapler der Serie TSP

Abschied vom Killesberg und der „alten“ Logimat

6000, die wir 2006 vorgestellt haben, werden in diesem Jahr in Betrieb gehen“, berichtet Geschäftsführer Gerd Erke. Seiner Ansicht liegt die moderne Hochregallagertechnik im Trend und so sei die Nachfrage nach dem neuen Modell groß. „Wir setzen bei dem Modell auf Ergonomie und Leistung“, ergänzt Erke. Hinsichtlich der anstehenden Fachmesse Logimat erwartet der Manager den gleichen Erfolg wie in 2006. „Aber es wird auch der Abschied vom Stuttgarter Killesberg sein“, so Erke. „Dennoch ist die Vorfreude auf das neue Messegelände groß.“

■ Uwe Böttger

uwe.boettger@konradin.de

	Welche Ziele haben Sie sich für das Jahr 2007 gesteckt?	Welche Trends sind allgemein im Markt der Flurförderzeuge zu erkennen?	Was sind die zentralen Anforderungen Ihrer Kunden?
 <p>Jan Burmeister, Geschäftsführer Atlet Flurförderzeuge GmbH, Oberhausen</p>	<p>Wir wollen unseren Marktanteil ausbauen und eine flächen-deckende Einsatzbereitschaft im Kundendienst erreichen. Dadurch können wir auch auf über-regionale Ausschreibungen von Großkunden reagieren.</p>	<p>Kunden fragen vermehrt nach Komplettlösungen – von der professionellen Projektberatung über Finanzierungs- und Versicherungsabwicklungen bis hin zu Fahrerschulungen und kompletten Fullservicepaketen.</p>	<p>In erster Linie erwartet der Anwender zuverlässige Lieferanten mit Einsatzbereitschaft sowie eine umfassende, professionelle Beratung und Betreuung.</p>
 <p>Gerd Erke, Geschäftsführer Crown Gabelstapler GmbH & Co. KG, München</p>	<p>Wir hoffen, dass in diesem Jahr die Geschäfte so positiv weitergehen wie in 2006. Dafür sollen Hochregal-Kommissionierstapler der neuesten Generation sorgen, die in diesem Jahr in Betrieb gehen.</p>	<p>Moderne Hochregaltechnik liegt absolut im Trend. Und damit auch Hochregal-Kommissionierstapler, die auf Ergonomie und Leistung setzen.</p>	<p>Verfügbarkeit und Kostenoptimierung stehen bei unseren Kunden ganz oben auf der Liste.</p>
 <p>Dr. Erich Kirschnick, Vorstand Technik, Jungheinrich AG, Hamburg</p>	<p>Wir sind zuversichtlich, dass unsere Geschäfts- und Ertragsentwicklung weiterhin positiv verläuft. Dafür spricht das günstige Marktumfeld für Flurförderzeuge und die derzeit gute Konjunktur.</p>	<p>Wir erkennen zwei prägende Trends: Erstens wird der globale Wettbewerb immer härter. Zweitens braucht der Anwender eine flexible, offene und kostengünstige Intralogistik, damit er in diesem Markt bestehen kann.</p>	<p>Jeder Anwender hat unterschiedliche Bedürfnisse. Eines erwartet allerdings jeder: Hohe Qualität und einen schnellen Kundenservice.</p>
 <p>Georg Silbermann, Mitglied der Geschäftsführung, Linde Material Handling GmbH & Co. KG, Aschaffenburg</p>	<p>In 2006 hatten wir in Deutschland zweistellige Wachstumsraten. Wir gehen davon aus, dass sich dieses Wachstum etwas abschwächen wird, die Entwicklung für uns aber weiterhin positiv verläuft.</p>	<p>Ein wichtiger Trend ist sicher das Streben der Hersteller, die Fahrzeuge noch wirtschaftlicher zu machen, denn der Kostendruck in Betrieben ist allgegenwärtig.</p>	<p>Unsere Kunden wünschen sich leistungsfähige, komfortable, sichere und zuverlässige Flurförderzeuge, mit denen sie ihren innerbetrieblichen Materialfluss in den Griff bekommen.</p>
 <p>Francesco Chinaglia, Director Sales and Marketing, OM Group, Lainate MI</p>	<p>Mit einer überarbeiteten Produktlinie haben wir unser Marken-Image erneuert. Diesen Prozess werden wir in diesem Jahr weitertreiben und intensivieren.</p>	<p>Bei Gegengewichtsstaplern erwartet der Kunde ein bedienerfreundliches Konzept, das Komfort und Sicherheit bietet. Elektronische Assistenzsysteme sollen den Fahrer aktiv bei der Arbeit entlasten.</p>	<p>Anforderung Nummer eins ist ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis.</p>
 <p>Bert Frisch, Leiter Unternehmenskommunikation, Still GmbH, Hamburg</p>	<p>Wichtige Entwicklungen finden in der Antriebstechnik für Flurförderzeuge statt. Zudem schreitet die Automatisierung der Intralogistik weiter voran. Beide Schwerpunkte werden wir in 2007 mit Nachdruck verfolgen.</p>	<p>Unternehmen konzentrieren sich zunehmend auf ihre Kerngeschäftsfelder. Gefragt sind deshalb komplette Lösungen, die über das eigentliche Flurförderzeug deutlich hinausgehen.</p>	<p>Immer mehr Nutzer achten nicht nur auf die Anschaffungskosten, sondern auch auf die Aufwendungen im fortlaufenden Betrieb. Energieverbrauch und günstige Servicekonzepte gewinnen daher an Bedeutung.</p>
 <p>Volker Schüssler, Geschäftsführer Toyota Gabelstapler Deutschland GmbH, Duisburg</p>	<p>In 2007 wollen wir unsere Marktposition weiter ausbauen. Unser Ziel ist, nicht nur in Bezug auf Umsätze Weltmarktführer zu bleiben, sondern auch bei der Kundenzufriedenheit an erster Stelle zu stehen.</p>	<p>Der Wettbewerb unter den Herstellern von Flurförderzeugen wird immer härter.</p>	<p>Unsere Kunden legen Wert auf ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis und eine hohe Verfügbarkeit der Fahrzeuge.</p>