

Freinberg, 28. Juli 2022

„Das dritte Jahr im Krisenmodus.“

- *Noch auf Kurs, aber Abschwung wird befürchtet*
- *Deutschland rückläufig, Heimmarkt Österreich zufriedenstellend*
- *Automatische Beladung von Tiefladern in Reichweite*

Mit einem Halbjahresumsatz von 228 Millionen Euro hat die Schwarz Müller Gruppe die ersten sechs Monate des laufenden Geschäftsjahres beendet. Bis Ende Juni wurden in den vier Werken des Unternehmens 5.714 Fahrzeuge gebaut. Damit liegt Europas größter Nischenhersteller von Anhängern um 9 Prozent über dem Vorjahr (210 Mio. Euro), befürchtet aber, dass dieser Zwischenstand im zweiten Halbjahr nicht zu halten sein wird. „Die Rahmenbedingungen für die Produktion haben sich im zweiten Quartal deutlich verschlechtert. Es fehlt zum Beispiel an Birkenholzplatten aus Russland, die man kaum ersetzen kann. Deshalb können Fernverkehrsanhänger trotz eines hohen Auftragsstandes nicht fertiggestellt werden“, sagte CEO Roland Hartwig heute, Donnerstag, 28. Juli, am Unternehmenssitz Hanzing in Freinberg bei Schärding (Oberösterreich). Die Schwankungen bei den Materiallieferungen, die geringe Verfügbarkeit von Personal und die zum Teil extreme Preisentwicklung werden im besten Fall ein leichtes Übertreffen des Vorjahres-Umsatzes von 414 Millionen Euro ermöglichen. Wenn sich die Rahmenbedingungen weiter verschlechtern, müsse sein Unternehmen mit einem deutlichen Umsatzrückgang rechnen. Vor allem das letzte Quartal könne schwierig werden, betonte Hartwig.

Die einzelnen Produktsegmente würden aktuell sehr unterschiedlich nachgefragt, berichtete der CEO. Weiterhin über dem Durchschnitt sei die Nachfrage nach Fernverkehrsfahrzeugen. Nach dem Auslaufen der Investitionsförderung für diese Anhänger sinke der Auftragseingang aktuell wieder. Das wichtigste Segment bei Schwarz Müller, die Anhänger für Bauwirtschaft und Infrastruktur, liege im Normalbereich. Infrastruktur wachse weiter, Bau sei wie schon im vergangenen Jahr leicht rückläufig. Die Customer Services entwickeln sich positiv.

Schwarz Müller versuche, so intensiv wie möglich regional einzukaufen. Man importiere zwar keine Komponenten direkt aus Asien, sei aber vom Warenstau in China indirekt betroffen. „Verbindungskomponenten wie Schrauben oder Beilagscheiben kommen fast zur Gänze aus Asien. Sie fehlen dann bei den Baugruppen, die wir verwenden“, berichtete der CEO. Auch die fast täglich neuen Preise im Einkauf seien sehr herausfordernd und verlangen maximale Flexibilität vom gesamten Team. „Es ist das dritte Jahr im Krisenmodus und die Bedingungen haben sich mit dem Kriegsausbruch noch einmal deutlich verschärft“, resümierte Hartwig. Von den wichtigen Märkten sei Deutschland leicht rückläufig, Österreich, Ungarn, Tschechien und Polen würden hingegen zufriedenstellend laufen.

Customer Services stehen im Fokus

Relativ wenig betroffen von den vielfältigen aktuellen Schwierigkeiten sei der Bereich Customer Services. Hartwig: „Die Kundendienstleistungen werden nicht nur stärker nachgefragt. Sie sind auch Teil des Versprechens, unsere Kunden im gesamten Lebenszyklus mit einem breiten Leistungsportfolio zu begleiten. Damit wir dies künftig in allen wichtigen Märkten sogar flächendeckend schaffen, müssen wir unser Netz an Standorten erweitern.“ Darüber hinaus unterstütze man die Telematik-Offensive mit einer ausführlichen Testphase für jedes Fahrzeug. Verbesserungen bei der Ersatzteilversorgung stünden ebenso auf dem Programm wie eine Einsatzgarantie im Fall einer Panne.

Mit Innovationen den Umbruch im Sektor nutzen

Trotz der vielfältigen Herausforderungen im Geschäft mit Neufahrzeugen beschäftigt sich Schwarzmüller intensiv mit Innovationsprojekten. Unter anderem entwickle man, so Hartwig, ein System, um Tieflader automatisch mit Baufahrzeugen zu beladen und die Fahrer vom aufwendigen Manövrieren zu entlasten. Die Steuerung laufe über eine Funkverbindung zu dem Fahrzeug, das verladen werde. Auch das Projekt mit Volocopter, dem deutschen Spezialisten für elektrisch angetriebene Drohnen, habe die erste Umsetzungsphase erreicht. Noch im Herbst werde Schwarzmüller den mechanischen Prototypen fertigstellen, kündigte der CEO an. Dann können die Entfaltung des Anhängers zur Flugplattform sowie die Start- und Landemanöver der Drohne getestet werden. „Es bleibt ein spannendes Innovationsprojekt für Schwarzmüller. Wir lassen unsere gesamte Kompetenz im Fahrzeugbau einfließen, um uns in einem Transportbereich der Zukunft zu bewähren“, stellte Hartwig fest.

Bildmaterial zum Download unter:

<https://www.schwarzmueller.com/de/info-und-kontakt/pressematerial>

Copyright: Schwarzmüller Gruppe



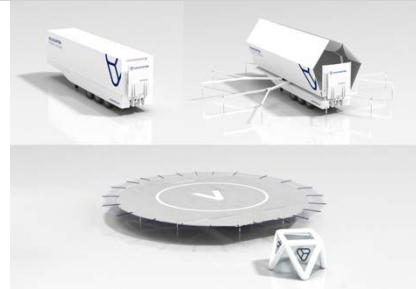
Die Schwarzmüller Gruppe ist noch auf Kurs, rechnet aber mit einem schwierigen zweiten Halbjahr.



Die Sattelanhänger der POWER LINE sind gefragt. Es fehlen aber immer wieder Bauteile in der Produktion..



Customer Services wie die Fahrzeug-Reparaturen werden bei Schwarzmüller ausgebaut.



Von der Projektstudie „Mobile Vertipad“ wird derzeit der mechanische Prototyp gebaut. Aus dem Anhänger wird auf Knopfdruck die Flugplattform für eine Lastendrohne.



Schwarzmüller CEO Roland Hartwig leitet das Unternehmen seit 2016 und setzt auf Innovation.

Über die Schwarzmüller Gruppe

Die Schwarzmüller Gruppe ist der größte europäische Nischenanbieter für Anhänger und Aufbauten. Das Unternehmen baut 150 Fahrzeugtypen mit dem Anspruch, ihren Kunden Mehrwert in der Anwendung zu liefern. Schwarzmüller ist in der mehr als 150-jährigen Unternehmensgeschichte zum führenden Spezialisten für individuelle Transportlösungen geworden. Mit Fahrzeugen der beiden Marken Schwarzmüller und Hüffermann beliefert die Gruppe in 20 Ländern die Bauwirtschaft, Infrastrukturunternehmen, die Rohstoff- und Wertstoffindustrie sowie Transportunternehmen im Fernverkehr.

Für weitere Informationen

Mag. Michael Prock, Prock und Prock Marktkommunikation GmbH, Mediensprecher
Paracelsusstraße 4/1/7, 5020 Salzburg, Österreich.
mp@prock-prock.at, T +43 662 821155-0, M +43 664 210 88 54