

# X Stihl hält trotz

AMF: Locost-Automatisierung ist im Trend / Contitech K

Waiblingen (wtg).

Die Firma Stihl gibt den russischen Markt nicht auf. „Für uns ist klar, dass wir in Russland bleiben“, sagte Stihl-Personalvorstand Dr. Michael Prochaska. Der Umsatzeinbruch in Russland hat den Hersteller von Motorsägen und -geräten 2014 nicht vom Wachstumskurs abgebracht.

Im Rahmen des Pressegesprächs des Arbeitgeberverbandes Südwestmetall Rems-Murr geben Firmenvertreter Einblicke in die wirtschaftliche Lage ihrer Unternehmen. „Wir sind gewachsen“, sagte Michael Prochaska, Vorsitzender der Bezirksgruppe Rems-Murr, nannte aber keine konkreten Umsatzzahlen für die Andreas Stihl AG & Co. KG, Waiblingen. Er verwies auf die Pressekonferenz im Frühjahr. Von Krise könne trotz Russland keine Rede sein, sagte der Vorstand Personal und Recht. Die Zahl der Beschäftigten stieg weltweit um rund 110 Mitarbeiter, so dass die Stihl-Gruppe mittlerweile fast 14 000 Personen beschäftigt. So haben in Waiblingen 70 befristet Beschäftigte feste Arbeitsverträge erhalten. Auch die Auszubildenden – jährlich werden 60 junge Leute eingestellt, davon 48 in Waiblingen – werden allesamt übernommen, wenn auch nicht immer auf einem ihrer Qualifikation entsprechenden Arbeitsplatz, bedauerte Prochaska.

Wichtiger als die Konjunktur der Welt-

wirtschaft ist für die Geschäfte von Stihl das Wetter. Der milde Winter war im Jahr 2014 ein wichtiger Impuls, dass mehr Motorsägen und -geräte verkauft wurden. Vor allem der Markt in Nordamerika, der größte Markt für Stihl, laufe gut, so Prochaska. Eingebrochen sind indes die Ukraine und Russland. „Der Rubel ist im freien Fall“, so Prochaska. Die Kunden könnten sich europäische Produkte schlicht nicht mehr leisten.

Für das laufende Geschäftsjahr peile Stihl erneut ein Wachstum von fünf Prozent an. Das Ziel sei, die Marktsituation zu behalten oder auszubauen. Mitentscheidend seien Forschung und Entwicklung, für die Stihl drei bis vier Prozent des Umsatzes ausgibt. Derzeit wird in Waiblingen das Entwicklungszentrum erweitert.

## Tesat: „Massiver Kostendruck“

Bei der Tesat-Spacecom sind die Auftragsbücher dick gefüllt. Mit einem Bestand von 382 Millionen Euro ist die Auslastung für 2015 gesichert, sagte Roland Schuster, der für Finanzen zuständige Geschäftsführer des Backnanger Raumfahrtunternehmens. 2014 waren bei Tesat rund 1200 Mitarbeiter beschäftigt. Den Umsatz 2014 bezifferte Schuster mit 337,6 Millionen Euro, ein Plus von drei Prozent gegenüber dem Vorjahr. Rund 40 Prozent des Umsatzes macht Tesat im Dollarraum. „Der Dollarkurs hilft uns, keine Marktanteile zu verlieren.“

Die Raumfahrt befindet sich im Wandel. „Der Kostendruck ist massiv“, sagt Schus-



# Krise am Russlandmarkt fest

Kühner: Länger arbeiten für sichere Jobs / Tesat: Private Raumfahrt ist eine Herausforderung

ter. Die Kunden des Herstellers von Kommunikationskomponenten für Satelliten wollen die Preise um 30 Prozent drücken. Eine entscheidende Rolle spielen neue Raumfahrtunternehmen wie SpaceX, die den etablierten Firmen Konkurrenz machen und den Markt aufmischen. Nachdem Elon Musk mit Internetdienstleistungen (Paypal) zu viel Geld gekommen ist, investierte er ins Elektroauto Tesla und pusht nun mit seinem Kapital die privat finanzierte Raumfahrt.

Für Roland Schuster bedeuten diese neuen Wettbewerber für Tesat nicht nur ein hohes Risiko, sondern es stelle auch eine Herausforderung dar: „Wir müssen mutiger werden.“ Doch für diesen Mut benötige Tesat finanzielle Spielräume, um sich die Innovationen leisten zu können. Mit Blick auf die USA sagt Schuster, dass es im Silicon Valley, wo Elon Musk sein Geld gemacht hat, Kapital ohne Ende gibt. Auch viel Risikokapital, das mangels lukrativer Alternativen in Raumfahrt-Startups fließt. Deutsche Unternehmen mögen zwar risikoscheuer und weniger innovativ erscheinen. Dafür seien sie bei der Umsetzung von Innovationen umso gründlicher, zeigte sich Schuster keineswegs bang, dass der Zug künftig ohne Deutschland abfährt.

## AMF: Acht Prozent Wachstum

Die Andreas Maier GmbH & Co. KG, Fellbach, wird in diesem Jahr 125 Jahre alt. Der geschäftsführende Gesellschafter Johannes Maier schaut mit Optimismus ins Jubilä-

umjahr. 2014 habe AMF die Umsatzerwartungen übertroffen und 40 Millionen Euro umgesetzt, davon 40 Prozent im Ausland. Mit Investitionen in Millionenhöhe seien der Standort Fellbach und die Arbeitsplätze gestärkt worden. AMF beschäftigt inzwischen 232 Mitarbeiter. Die Ausbildungsquote beträgt überdurchschnittliche zehn Prozent. Das Familienunternehmen übernimmt nicht nur alle Azubis, sondern hat darüber hinaus Personal eingestellt.

Dreh- und Angelpunkt des Wachstums sind Innovationen in neue Produkte und Lösungen. Eigenen Angaben zufolge ist AMF führender Hersteller in Europa für Produkte aus den Bereichen Spannen, Schrauben und Schließen. Mit der „Locost-Automatisierung“ habe die Firma eine Nische gefunden. Viele Kunden wollten produktiver werden, aber nicht in völlig neue Anlagen investieren. AMF biete die Möglichkeit, mit Lösungen zu erschwinglichen Preisen die vorhandenen Maschinen aufzurüsten.

Johannes Maier erkennt einen weiteren Trend im Maschinenbau. Kunden kaufen vermehrt von Unternehmen, die alles aus einer Hand anbieten können. Als so ein Komplettanbieter könne AMF helfen, die Logistik- und Transaktionskosten zu senken. Vor allem bei erklärungsbedürftigen Produkten vertrauten die Kunden auf Anbieter mit großer Markterfahrung. Überrascht wurde Maier über die hohe Nachfrage nach Rüstzeit-Seminaren, die die Spanntechnikexperten von AMF neuerdings vor Ort beim Kunden oder in Fellbach anbieten. Dank dieser Seminare könnten die Kunden

die Potenziale der Spannprodukte und die Automatisierung zur Kostensenkung optimal ausschöpfen.

## Contitech: Alternative Kältemittel

Im zweiten Halbjahr 2016 geht bei Contitech Kühner in Oppenweiler der erste Auftrag für eine Klimaleitung mit einem alternativen Kältemittel, nämlich CO<sub>2</sub>, in Serie. Geschäftsführer Christian Nöll verbindet damit die Hoffnung, die Auslastung zu erhalten. Die Contitech Kühner GmbH & Cie KG ist im Continental-Konzern das Kompetenzzentrum für Klimaleitungen und für elf weltweite Produktionsstandorte zuständig.

Contitech entwickelt, produziert und vertreibt Kältemittelleitungen für die Automobilindustrie. Kunden sind Volkswagen, Audi, BMW, Mercedes-Benz, Opel sowie MAN und die Lkw-Sparte von Daimler. Beschäftigt werden in Oppenweiler 370 Mitarbeiter. Die Beschäftigung ist 2014 leicht gesunken. Ein Trend, der 2015 anhalten werde, weil Produktionsaufträge auslaufen und Contitech weiter automatisiert und rationalisiert. Zwangsläufig werden bei gleicher Stückzahlbringung weniger Mitarbeiter benötigt.

Während in Oppenweiler die Produktion rückläufig ist und Aufträge beispielsweise nach Rumänien verlagert wurden, entstehen neue Jobs in den Bereichen Forschung und Entwicklung sowie im „Industrial Engineering“. Im zunehmend internationalen Produktionsverbund habe Oppenweiler technisch anspruchsvolle Aufträge gewinnen können. Dazu zählen die neuen Klimaleitungen mit dem Kältemittel CO<sub>2</sub>, die künftig teilweise in Oppenweiler und teilweise in Rumänien hergestellt werden. Die technischen Herausforderungen an die Entwickler seien enorm, sagte Nöll. Die Systemdrücke steigen um den Faktor fünf, die Temperaturanforderungen um den Faktor 1,3 und die Permeation, also die Undurchlässigkeit der Leitungen, um den Faktor zehn. „Eine schöne Herausforderung und damit eine tolle Aufgabe für die Industrialisierung von Aufträgen in der Zukunft“, so Nöll.

Contitech müsse sich mehr denn je den Kostennachteilen des Produktionsstandorts stellen. 2014 hat Nöll einen Ergänzungstarifvertrag mit der IG Metall für Oppenweiler geschlossen. Der sieht vor, dass Contitech fünf Millionen Euro investiert und bis Ende 2017 die Arbeitsplätze sichert. Im Gegenzug arbeiten die Beschäftigten länger und erhalten ihre Tarifierhöhungen bis zu einem halben Jahr später.



Johannes Maier (AMF, Fellbach).



Roland Schuster (Tesat, Backnang).