

Homag steigert Vertrieb in der Bodenbelagsindustrie

Laminat bringt Umsatz, Parkett steigt und Vinyl boomt

Die Dürr-Tochter Homag, schwäbischer Hersteller von Holzbearbeitungsmaschinen, erlebt derzeit ein nachhaltiges Wachstum. Auch der Vertrieb von Maschinen für die Fußbodenfertigung verläuft positiv. Dabei entwickeln sich die einzelnen Produktkategorien durchaus unterschiedlich.



Pekka Paasivaara: „Bis zum Jahr 2020 peilt Homag ein Umsatzziel von 1,25 Mrd. EUR an.“



Roland Dengler: „LVT boomt insbesondere in China, dort erleben wir einen extremen Produktionsausbau.“

Von Januar bis August 2016 stieg der Auftragszugang bei Homag gegenüber dem Vorjahr um 3 % auf 760 Mio. EUR. Der Umsatz erhöhte sich um 5 % auf 712 Mio. EUR. Durch den Ausbau der Unternehmungen in China und Nordamerika, Innovationsprogramme und die Verbesserung von Service- und Systemgeschäften will CEO Pekka Paasivaara bis zum Jahr 2020 ein Umsatzziel von 1,25 Mrd. EUR erreichen. Gleichzeitig sollen die Ausschöpfung interner Synergien und modulare Produkte eine EBIT-Marge von 8-10 % bewirken.

Im für Homag relevanten, mit 3,4 Mrd. EUR bezifferten weltweiten Markt hat sich das Unternehmen nach eigenen Angaben schon 2015 einen führenden Anteil von 31 % erarbeitet. Weil positive Kundentrends ein Wachstum in der Möbelindustrie (3,7 %), bei Bauelementen (3,3 %) und im Holzhausbau (2,9 %) erwarten lassen, sieht sich Homag mit auftragsbezogener Fertigung auf dem richtigen Weg. Die Voraussetzung: Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit durch die Einbindung neuer Rohstoffe sowie fortschrittlicher Technologien und Fertigungsphilosophien.

Auch der Vertrieb von Maschinen für die Fußbodenfertigung meldet ein überaus erfolgreiches Jahr. „Jedoch entwickelt sich der Fußbodenmarkt sehr unterschiedlich“, betont Roland Dengler (Abteilung Technical Sales Systems/Structure Elements), „vom Umsatzvolumen betrachtet, hat nach wie vor Laminat mit vollverketteten, hoch automatisierten Anlagen den mit Abstand größten Anteil. Nimmt man aber unsere Kernkompetenz, den Doppelendprofiler, ist dies von der Zahl her der kleinste Anteil. Verteilt auf drei Fußbodenprodukte lieferte Homag 2016 seine Doppelendprofiler zu 15 % an die Laminatindustrie, zu 23 % an Parkethersteller und zu 62 % an Produzenten von Vinyl- und mehrschichtig modularen Belägen.“

Investitionen in große Laminatanlagen werden derzeit vornehmlich in den USA und von türkischen Unternehmen getätigt. Hinzu kommen kleinere Investitionen im Iran und in Indien. Der einstmals lukrative chinesische Laminatmarkt sei für deutsche Maschinen ausgebrannt. Bei Parkett sieht es anders aus. Da zieht der weltweite Bedarf wieder an, für Homag vor allem in China, Osteuropa und Nordamerika. Jedoch handelt es sich laut Dengler vornehmlich um Einzelinvestitionen. Komplette, neue Werke werden zurzeit nicht auf die grüne Wiese gestellt.

LVT-Beläge bleiben der Renner. „Diesen Markt haben die europäischen und nordamerikanischen Hersteller total verschlafen“, meint Dengler. „Die tüfteln alle jahrelang an der perfekten Platte und sind viel zu langsam im Aufbau ihrer LVT-Kapazitäten.“ Die Chinesen hingegen bauen große Produktionen auf. Homag hat dort zwischenzeitlich 60-70 % Bestandskunden, die neue Werke planen oder Kapazitäten erweitern. Interessant ist: Hier geht der Trend weg vom reinen Vinyl. Dengler: „Heute werden in China fast alle Anlagen für LVT mit einem Kern aus hartem PVC ausgelegt. Dieser nennt sich Englisch ‚water proof core‘, hat aber nichts mit dem Holz-Plastik-Gemisch WPC zu tun. Für Maschinenhersteller ergeben sich durch dieses Material ein paar Änderungen im Aufteilen – statt Säge nutzen wir eine ‚punch-press‘ – und profilieren.“

Weil Vinyl-Produkte neben Vorteilen wie Wärme, Struktur, Wasserfestigkeit und Geräuscharmheit einen entscheidenden Nachteil haben – die fehlende Temperaturbeständigkeit – arbeiten viele Hersteller an Lösungen mit speziellen Trägerplatten. Homag verfolgt die unterschiedlichen Ansätze, um die Maschinenkompetenz rechtzeitig auf neue Anforderungen einzustellen.

