

Trox sieht die größten Marktzuwächse in Südostasien und China

Unser Kerngeschäft ist der Klima/Lüftungs-Komfortbereich

Dezentrale Lösungen immer gefragter

Worum es in diesem Beitrag geht

Seit über 50 Jahren ist die Gebrüder Trox GmbH in Neukirchen-Vluyn bekannt durch ihre hochwertigen Produkte und Systeme für den Einsatz in der Lüftungs- und Klimatechnik. Die Trox-Gruppe erzielte im Jahr 2002 mit 2700 Mitarbeitern einen Umsatz von 265 Mio. €. Weltweit existieren 12 Produktionsstandorte in neun Ländern. Mit einem Niederlassungs- und Vertriebsnetz auf allen fünf Kontinenten zählt die Trox-Gruppe zu den international führenden Herstellern und Anbietern für Lüftungs- und klimatechnische Komponenten und Systeme.

Vor 2 Jahren wurde der Vorsitz der Geschäftsführung vom heutigen Aufsichtsratsmitglied und Sohn des Unternehmensgründers, Heinz Trox, an Jörg-Reiner Dimke übergeben. In einem Exklusiv-Interview mit der KK-Redaktion erläuterte der Vorsitzende der Geschäftsführung am Stammsitz in Neukirchen-Vluyn die Marktsituation auf nationaler und internationaler Ebene und gab einen kleinen Einblick in die eigene Unternehmensstrategie.

Redaktion KK: Herr Dimke, als international führender Hersteller von Komponenten und Systemen für die Lüftungs- und Klimatechnik ist das von Ihnen geleitete Unternehmen Trox in vielen Ländern vertreten. Wo bietet der Markt derzeit nicht nur Umsätze, sondern auch Gewinne und wo liegen Ihrer Ansicht nach die Märkte der Zukunft?

Dimke: Die Märkte in Europa stagnieren. Dank der guten Positionierung von Trox in den Hauptmärkten und der kontinuierlichen Einführung neuer Technologien werden Marktschwächen kompensiert und eine noch befriedigende Ergebnissituation erreicht.



In Südamerika durchlaufen die Märkte eine Schwächephase geprägt durch politische und konjunkturelle Einflüsse. Südafrika sehen wir als einen begrenzten Markt an. In den USA sind wir mit unserer Produktnischenstrategie erfolgreich.

Südostasien und insbesondere China sehen wir als die bedeutenden Wachstumsmärkte der Zukunft. Neben unserer gut eingespielten Produktion in Malaysia ist in der Nähe von Shanghai vor wenigen Wochen unsere neue Produktionsstätte in Betrieb genommen worden. Unser Firmenareal befindet sich dort in einem Industriepark mit einer Ausdehnung von Sage und Schreibe 400 km², womit deutlich werden soll, über welche Dimensionen wir reden. Diese Region bildet auch den Schwerpunkt unserer Investitionen für die nächsten Jahre.

Redaktion KK: Und wie stellt sich Deutschland in dieser Analyse dar? Die Bauwirtschaft durchschreitet ja nun schon

ein jahrelanges „Tal der Tränen“ und von politischer Seite sind derzeit keine Zeichen zu erkennen, die die eigene Wirtschaft entscheidend ankurbeln könnten.

Dimke: Der Markt in Deutschland ist von der negativen Entwicklung der Baukonjunktur und damit auch der technischen Gebäudeausrüstung geprägt. Starker Preisdruck und die zunehmende Anzahl von Insolvenzen führen zu einem deutlichen Rückgang der Gewinne. Unsere nationale Fertigung produziert zwischenzeitlich zu rund 1/3 für die von uns belieferten Märkte in Europa, wo wir keine eigenen Fertigungskapazitäten vorhalten. Wie bereits erwähnt können damit Marktschwächen ausgeglichen werden. Sich bei seinen notwendigen unternehmerischen

Entscheidungen von politischen Entwicklungen abhängig zu machen, ist grundsätzlich für kein Unternehmen ratsam.

Redaktion KK: Seit der Unternehmensgründung im Jahr 1951 hat Trox ein umfassendes Produkt-Portfolio aufgebaut, das Komponenten und Systeme für praktisch alle klima- und Lüftungstechnischen Anforderungen im Anlagenbau bereit hält. Diese sind im industriellen, gewerblichen sowie privaten Bereich sehr unterschiedlich. Wie teilt sich das Geschäft von Trox in etwa auf?

Dimke: Das Kerngeschäft von Trox ist der Komfortbereich. Aus unserer Sicht wird sich der Industriebereich – auch bedingt durch neue gesetzliche Auflagen – stärker weiter entwickeln und damit ein attraktives Marktsegment. Aus heutiger Perspektive ist der private (domestic/residential) Bereich für Trox weniger interessant. In Deutschland dominieren Warmwasserheizungen den Markt. Relativ einfach kühlen – das ist die Forderung im privaten Bereich – kann man aber nur mit Luftheizungen.

Redaktion KK: Wo früher überwiegend Zentralklimasysteme zum Einsatz kamen, werden heute immer häufiger auch dezentrale Anlagen eingesetzt. Mit der Übernahme der FSL-FensterSystem-Lüftung GmbH Ende 2000 hat Trox selbst einen entscheidenden Schritt in diese Richtung unternommen. Wie hat sich das Geschäft in den zurückliegenden 2 Jahren entwickelt und wie sieht die weitere Planung aus?

Dimke: Mit der Akquisition von FSL im Dezember 2000 hat Trox einen entscheidenden Beitrag zur Entwicklung einer neuen Technologie geleistet. In der Zwischenzeit haben wir in den Bereich der dezentralen Klimatechnik kräftig investiert, nicht nur um die bewährte Trox-Qualität sicherzustellen, sondern auch um die dezentrale Fassaden-System-Lüftung für zukünftige Anforderungen weiterzuentwickeln und die internationale Verbreitung dieses Systems zu forcieren.

Hier sind eine Reihe neuer Anwendungen denkbar, eventuell auch für den privaten Bereich. Zu den bereits realisierten Großprojekten gehören u. a. der Posttower in Bonn und das IBC (International Business Center) in Frankfurt am Main.

Redaktion KK: Ein noch offener Punkt im Produkt-Katalog von Trox ist der Bereich der Kältetechnik, um als umfassender Systemanbieter aufzutreten. Sei es nun mit eigenen Produkten, oder in Ver-

bindung mit einem strategischen Partner. Ist dies so korrekt und wird es auch zukünftig so bleiben?

Dimke: An eine Eigenentwicklung im Bereich Kältetechnik, beispielsweise mit Kaltwassersätzen, denken wir zurzeit nicht. Wir führen kontinuierlich weltweite Gespräche mit möglichen strategischen Partnern. Dies sehen wir als den geeigneten Weg, um weitere Teilmärkte zu erschließen.

Wenn Sie den Systemgedanken ansprechen, so ist dies für Trox seit jeher tägliche Praxis. Allerdings nicht in der vermutlich von Ihnen gemeinten Weise, daß unser oberstes Ziel das Angebot eines kompletten TGA-Pakets aus unserem eigenen Produkt-Portfolio ist. Es geht uns darum, für jeden möglichen Fall (Komfortklima, Labor, Marine, Zweckbauten, etc.) das optimale Klima sicherzustellen, wofür wir u. a. Komponenten für praktische und architektonisch anspruchsvolle Lösungen anbieten und um auch die geltenden Anforderungen im Brandschutz zu erfüllen. Das „System“, für das wir hochwertige Lösungen anzubieten haben, wird uns also durch die Rahmenbedingungen vorgegeben.

Redaktion KK: Für die Schaffung sowie die Entwicklung von Märkten sind Internationale Fachmessen einer der treibenden Faktoren. Welche Bedeutung räumen Sie den wichtigsten Messen in der Kälte-, Klima- und Lüftungstechnik ein?



Jörg Reiner Dimke ist als Vorsitzender der Trox-Geschäftsführung für alle Tochtergesellschaften sowie für das internationale Marketing und den Vertrieb verantwortlich

* **Anm. der Redaktion:** Im April diesen Jahres veröffentlichte die KK die Stellungnahme der VDKF GmbH als Eigentümer und der Durchführungsgesellschaft MesseNürnberg, daß trotz der individuellen Entscheidung einiger weniger Firmen gegen den weiteren jährlichen IKK-Rhythmus dieser nicht zur Disposition steht. Unterstützung fand diese klare Entscheidung außerdem einen Monat später durch das Bekenntnis „Wir stehen zum 1-Jahres-Rhythmus der IKK“ des Bundesinventionsverbandes des Deutschen Kälteanlagenbauerhandwerks BIV im Rahmen der Jahresmitgliederversammlung, wie in der Mai-Ausgabe der KK nachzulesen ist.

Anzeige

Dimke: Nachdem die Aircontec zweimal anlässlich der light + building nicht so erfolgreich wie erhofft war, begrüßen wir die Rückkehr der Aircontec zur ISH und zwar in den gleichen Hallen, in denen sie bis 1999 auf der ISH vertreten war. Die Gebrüder Trox GmbH wird auf der nächsten Aircontec anlässlich der ISH im Jahr 2005 wieder vertreten sein.

Die IKK ist im jährlichen Wechsel zwischen Hannover und Nürnberg aufgestellt. Einen jährlichen Messeauftritt halten wir grundsätzlich für unangemessen*. Wir hatten überlegt, auf der IKK 2003 in Hannover vertreten zu sein. Dieses Projekt haben wir fallen lassen, weil sich mehrere namhafte Firmen entschieden haben, nur noch im 2-Jahres-Rhythmus und nur noch in Nürnberg vertreten zu sein. Den Messestand Nürnberg halten wir nicht für optimal. Die für uns als international tätiges Unternehmen weiteren wichtigen Messen sind derzeit die Mostra Convegno (Mailand), die Aquatherm (Wien), die Climatización (Madrid), die HEVAC (London) sowie Messen in Peking und Shanghai. In Osteuropa belegen wir auch regional bedeutende Messen.

Redaktion KK: Und welche weiteren Aktivitäten, angefangen von Werbung bis hin zu strategischen Allianzen, sind für Ihr Unternehmen der „Schlüssel zum Erfolg“?

Dimke: Das seit Jahrzehnten bestehende internationale Vertriebsnetz von Trox werden wir konsequent auch dafür nutzen, neue Technologien als sinnvolle Add-ons zum bestehenden Produktportfolio in die Märkte zu bringen. Neben unserem Engagement in der Eigenentwicklung werden wir wie im Falle FSL weltweit Technologie akquirieren. Strategische Allianzen machen dann Sinn für Trox, wenn die Partner besseren/effektiveren Zugang zu interessanten Teilmärkten haben. □