

Trends und Herausforderungen 2021

Das erwarten renommierte Unternehmen der Oberflächenbranche für das neue Jahr

Der Jahresbeginn ist ein guter Anlass, die Ereignisse des vergangenen Jahres zu reflektieren. Wurden die Erwartungen und Ziele erfüllt? Wie hat sich die Branche insgesamt entwickelt? Wie wirkten sich die Corona-Pandemie, politische Entwicklungen, neue Verordnungen aus, aber auch bestehende und neue Trends? Die **mo**-Redaktion hat wieder bei verschiedenen führenden Unternehmen der Oberflächenbranche nachgefragt. Die ausführlichen Interviews gibt es außerdem unter: oberflaeche.de/vorschau2021

J. Wagner GmbH

Geschäftsfelder: Oberflächentechnik für Nasslack- und Pulverbeschichtung
Zielgruppen: Allgemeine Industrie
Mitarbeiter: 1.700 weltweit
Jahresumsatz: k. A.



Michael Müller, Geschäftsführer der J. Wagner GmbH und Leiter der Division Industrial Solutions innerhalb der Wagner Group

In welchen Bereichen und wie stark hat sich die Pandemie auf Ihr Unternehmen ausgewirkt?

Die Pandemie hat sich im Industrie-Komponentengeschäft vor allem in Europa negativ ausgewirkt, während in Asien schneller ein Wirtschaftsaufschwung zu verzeichnen war. Dagegen haben wir im Heim-/Handwerker- und Industrie-Anlagengeschäft große Umsatzsteigerungen verzeichnet.

Welches Resümee ziehen Sie für das Geschäftsjahr 2020, wie waren Ihre Erwartungen Ende 2019?

Das Jahr 2020 war für uns natürlich herausfordernd und unerwartet. Durch die gute Geschäftsentwicklung wurden wir darin bestätigt, dass wir mit unserer strategischen Ausrichtung auf dem richtigen Weg sind.

Wie hat sich Corona auf Ihre Branche ausgewirkt?

Der Lockdown in Europa hat natürlich auch in unserer Branche zu einem temporären Stillstand geführt. Unsere Kunden konnten teilweise aufgrund von Liefer- oder Materialengpässen monatelang nicht produzieren. Nicht alle Anlagen wurden wie geplant bei den Kunden installiert. Aus meiner Sicht hat es bis dato in der Beschichtungsbranche keine Dynamik entfacht. Natürlich spielt das Thema Digitalisierung eine immer größere Rolle.

Inwieweit beeinflussen Entwicklungen auf dem internationalen politischen Parkett Ihre Prognosen?

Das neue Freihandelsabkommen RCEP verleiht dem asiatischen Wirtschaftsraum, der die Pandemie bisher deutlich besser gemeistert hat, einen zusätzlichen Wettbewerbsvorteil. Das wird die wirtschaftliche Vormachtstellung von China und Südostasien dramatisch verstärken und sich durch steigenden Wettbewerbsdruck aus diesen Regionen auch auf die Oberflächentechnik auswirken.

Welche Absatzmärkte sind für Sie momentan und in Zukunft besonders interessant?

Asien hat für uns auch durch das neue Freihandelsabkommen noch an Bedeutung gewonnen. In Europa werden wir unsere Marktposition im Vertrieb und Service weiter ausbauen.

Wie entwickelt sich der Fachkräftemangel und der Arbeitsmarkt?

Von einem Fachkräftemangel sind wir aktuell zum Glück weniger betroffen. Auch aktuell haben wir einige hochqualifizierte Mitarbeiter für uns gewinnen können. In der Oberflächentechnik allgemein sehen wir den Fachkräftemangel durchaus kritisch und möchten unseren Teil dazu beitragen, Beschichtungstechnik möglichst intuitiv nutzbar zu machen.

Welche Rolle spielte 2020 die Digitalisierung? Wie schätzen Sie die Priorität für die nächsten Jahre ein?

Die Digitalisierung hat bei Wagner auch schon vor 2020 eine zentrale Rolle gespielt und wird weiterhin Priorität haben. Unsere Stärke in der Umsatzentwicklung beruht vor allem auf den bisherigen Errungenschaften im digitalen Bereich. Wir sind strukturell optimal aufgestellt, um die zukünftigen Herausforderungen in der Industrie erfolgreich zu meistern.

Wie schätzen Sie die weitere wirtschaftliche Entwicklung, für 2021 und die folgenden Jahre ein?

Generell teilen wir die Auffassung vom VDMA, dass die Wirtschaft erst 2022 wieder das Niveau von 2019 erreichen wird.

Welche Prioritäten und Entwicklungsziele stehen 2021 für Ihr Unternehmen auf der Agenda?

Wir werden in sämtlichen Basistechnologien weitere Entwicklungen vorantreiben. In Zukunft wird es darum gehen, ein stimmiges Gesamtpaket mit optimierten Prozesskosten zu liefern, das die steigenden Kundenanforderungen an Verfügbarkeit und Qualität erfüllt. Außerdem wollen wir den Vertrieb und Service noch weiter ausbauen und damit unsere Nähe zu den Kunden intensivieren.