

WIRTSCHAFTS NACHRICHTEN

DONAURAUM

Exportkaiser Donauraum

Export-Rekord
senkt
Handelsdefizit



Steuersystem

Wirtschaftsstandort fällt
seit Jahren zurück

Unternehmerinnen-Kongress

„Stubenhocken“ war gestern

Mostviertel

Wirtschafts- und Technologiestandort
rüstet sich für die Zukunft



Umstritten

Die Elektronische
Gesundheitsakte polarisiert

Go West!

Mit dem neuen, bis zu 70 Prozent leichteren Rinnenprogramm FILCOTEN erweitert sich der Radius für BG-Graspointner schlagartig. Im Fokus stehen Westeuropa und die USA. Die Geschäftsführer Bernhard Knoblechner und Klemens Wiese im Gespräch über neue Märkte, Trends am Bau und über die Forschungsschwerpunkte des Unternehmens.



■ In welchen Märkten sehen Sie derzeit das größte Wachstumspotenzial?

Die BG-Graspointner Gruppe ist in der Vergangenheit traditionell eher nach Ost-Europa ausgerichtet gewesen, betreibt dort mehrere Werke und Vertriebsgesellschaften und hat sich dort teilweise eine marktführende Stellung aufgebaut. Mit dem nun fast vollständig fertig entwickelten innovativen Rinnenprogramm FILCOTEN eröffnet sich für die BG Gruppe neues Wachstumspotenzial in den reiferen und auch deutlich größeren Märkten in West-Europa und Nord-Amerika. Diese werden wir in den nächsten Jahren verstärkt bearbeiten. Das ist auch der Grund, warum wir entschieden haben, erstmals auf der weltgrößten Messe für Abwassertechnik, der IFAT vom 5. bis 9.5.2014 in München, mit einem eigenen Stand vertreten zu sein.

■ Ermöglicht die enorme Gewichtseinsparung der FILCOTEN-Linie die Erweiterung des Exportradius?

Durch die deutliche Gewichtseinsparung von bis zu 70 Prozent gegenüber vergleichbaren, klassischen Betonrinnen, sind wir in der Lage, aus einem modernen Produktionsstandort für FILCOTEN, der in Österreich errichtet wurde den Weltmarkt zu bedienen. Die Volumen-Gewichtsrelation für die Beladung von Lkw oder Containern ist für FILCOTEN optimal. Natürlich halten wir in allen wesentlichen Ländern in Europa und Nord-Amerika zentrale Lager vor, um kurzfristig auf die regionale Nachfrage reagieren zu können. Zudem wird FILCOTEN auch

immer mehr international im Fachhandel eingelagert, wodurch die Verfügbarkeit trotz zentraler Produktion in Österreich sichergestellt ist.

■ Inwiefern bringt der Produkterfolg durch FILCOTEN eine Änderung der Organisation mit sich?

Die deutlich internationalere Ausrichtung aufgrund von FILCOTEN erfordert eine stärkere Koordinierung der verschiedenen regionalen Märkte. Wir müssen auf die teilweise unterschiedlichen Anforderungen an das Produktprogramm oder im technischen Service eingehen. Der Sitz des Headquarters in Oberwang wurde und wird personell in den entsprechenden Abteilungen verstärkt. Zudem wurden verschiedene funktionsübergreifende „Boards“ geschaffen, die sicherstellen, dass wir uns strategisch auf die richtigen Märkte fokussieren, die Anforderungen der Märkte erfüllen und die richtigen Akzente in der Umsetzung setzen. Für die nächsten zwei bis drei Jahre werden wir sicher erst einmal unsere österreichische Produktion maximal auslasten, bevor wir entscheiden, wo das nächste FILCOTEN-Werk gebaut werden soll. Das hängt stark davon ab, wie und wo wir unsere Wachstumspläne am erfolgreichsten umsetzen werden.

■ Wird die Produktion mit 100 Prozent erneuerbaren Energien auch von den Kunden als Asset gesehen – Stichwort: CO₂-Footprint?



Die FILCOTEN-Produktfamilie vereint alle Produkttrends am Bau: Umweltfreundlichkeit und Gewichtersparnis, die auch logistische Vorteile bietet.

Die beiden Geschäftsführer der Graspointner Holding GmbH – Bernhard Knoblechner und Klemens Wiese – erweitern mit intelligenten Produkten den (Welt)markt.

Wir beobachten, dass eine umweltfreundliche Produktion und umweltfreundliche Produkte für die Kunden auch in der Baubranche immer wichtiger werden. Mit dem neuen FILCOTEN-Werk in Österreich und mit dem Produkt FILCOTEN sind wir gleichermaßen ganz vorn dabei. Natürlich gibt es Märkte die heute schon weiter sind bzw. sensibler für Umweltfragen sind, wie etwa in Skandinavien oder England. Aber generell wird die Bedeutung dieses Themas in den nächsten Jahren deutlich zunehmen, da sind sich alle Experten einig.

■ Wie betreiben Sie Forschung und Entwicklung bzw. wie wichtig ist Innovation in Ihrem Segment?

Dreh- und Angelpunkt für unsere Neuentwicklungen ist unser neu geschaffener Holding-Bereich „Strategisches Produktmanagement“, in dem alle internationalen Produktanforderungen koordiniert werden. Der Bereich arbeitet in der Schnittstelle zwischen den Märkten (Vertrieb) und der Technik (Produktentwicklung/Werk). Wir stellen damit sicher, dass wir unsere Innovationen sehr eng an den Marktbedürfnissen auslegen und damit auch die Wahrscheinlichkeit einer späteren erfolgreichen Vermarktung deutlich steigern.

■ Welchen Forschungsschwerpunkt haben Sie sich für die kommenden Jahre gesetzt?

BG arbeitet permanent an der Weiterentwicklung der verschiedenen Produktprogramme. Neben den Entwässerungsrinnen sind hier noch die Verkehrssysteme und die Fertigteile für den Bahnbau zu nennen, wo es stetig Neuentwicklungen gibt. BG konzentriert sich dabei vor allem auf die Weiterentwicklung der zementbasierten Werkstoffe wie FILCOTEN, die aufgrund ihrer hervorragenden Material-Eigenschaften und vor allem aufgrund ihrer Umweltfreundlichkeit viel Potenzial haben. ◀