

Unter Spannung

Im Kampf gegen den Abschwung greift das mittelständische Unternehmen Maschinenfabrik Reinhausen zu ungewöhnlichen Mitteln: Ein Truck soll Kunden bringen

Von Elisabeth Dostert

München – Wenn es um seinen Truck geht, ist AJ, wie alle den Fahrer nennen, ziemlich heikel. Das Führerhaus ist sein Reich, und das darf nur er betreten. Mit seinem Sattelzug tourt AJ noch bis Ende Juli für das Regensburger Familienunternehmen Maschinenfabrik Reinhausen (MR) durch den Norden und Nordosten der Vereinigten Staaten. Mehr als 15 000 Kilometer, 24 Bundesstaaten in drei Monaten. Die

Unternehmen in der Krise

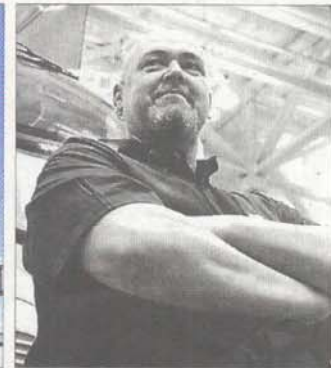
Der weltweite Abschwung trifft die Unternehmen hart. Einige sind gewappnet, können sogar Marktanteile gewinnen, andere sind in ihrer Existenz bedroht. Die SZ beschreibt in einer Serie Firmen, die besonders gut oder besonders schlecht durch die Krise kommen.

Folge 2: Maschinenfabrik Reinhausen

Reise begann in Washington und endet in ein paar Tagen in Allentown, der drittgrößten Stadt in Pennsylvania. Es ist eine Werbetour auf Rädern für eigentlich bestenfalls Branchenexperten vertraute Produkte wie Stufenschalter und Regeltransformatoren. Die nämlich stellt der oberpfälzische Mittelständler her. 52 der größten Energieversorger und Trafohersteller, die direkten Kunden der deutschen Firma, steuert AJs aufgemotzter Vierzigtonner auf seiner Reise an.

Die Wirtschaftskrise zwingt Firmen wie MR zu solch ungewöhnlichen Mitteln, um im Geschäft zu bleiben. „Von 2006 bis 2008 sind wir jährlich um 30 Prozent gewachsen“, sagt Bernhard Kurth, Chef der amerikanischen MR-Tochter mit Sitz in Humboldt/Tennessee. Sie beschäftigt 90 Mitarbeiter. In den ersten sechs Monaten 2009 seien die Erlöse allein in den USA um 15 Prozent eingebrochen. „Unsere Kunden haben ihre Reisebudgets gestrichen. Die sind ganz froh, wenn wir vorbeikommen.“ Denn Bedarf besteht nach wie vor. „Im Schnitt sind die amerikanischen Kraftwerke 30 Jahre alt“, sagt Kurth. Ungemeldet reist MR nicht an. Der Truck mit zwei ausfahrbaren Erkern und Dachterrasse braucht einen Stellplatz auf dem Firmengelände.

Die Kampagne wirkt stärker, als Nicolas Maier-Scheubeck erwartet hatte. „Die Kontakte sind viel intensiver als auf Messen, und es kommen viel mehr Leute. Im Grunde kann doch jeder Mitarbeiter vorbeikommen, weil wir eben vor Ort sind“, sagt der geschäftsführende Gesellschafter des Familienunternehmens, an dem Siemens mit 25 Prozent beteiligt ist. „Wir



Mit dem Truck auf Werbetour: AJ, mit richtigem Namen Armin Bauer, verkauft in den USA Produkte des oberpfälzischen Mittelständlers Maschinenfabrik Reinhausen. Dabei handelt es sich um Dinge wie Regeltransformatoren. Fotos: Rainer Kwiotek

kriegen auch ganz konkrete Bestellungen, die teilweise an Ort und Stelle abgegeben werden, obwohl es sich gar nicht um ein Verbrauchsgut handelt, das man so spontan bestellt wie Gummibärchen.“ Wirtschaftlich rechne sich die Fahrt, die MR mehrere Hunderttausend Euro kostet, „in jedem Fall“.

Bei den Regensburgern trifft die Krise mit Verzögerung ein, weil die Aufträge in der Hochspannungstechnik sehr lange Vorlaufzeiten haben, je nach Produkt zwischen vier und sechs Monaten. Vergangenes Jahr stiegen die Erlöse des Konzerns mit weltweit 2500 Mitarbeitern noch um 30 Prozent auf gut 560 Millionen Euro. „Im Moment sind die Umsätze noch gut, weil wir noch Auftragsbestände abarbeiten. In der zweiten Jahreshälfte 2009 und der ersten Hälfte 2010 wird es womöglich schlechter laufen“, sagt Maier-Scheubeck. Trotz der Krise gebe es bei MR noch keine Kurzarbeit, derzeit würden

die Arbeitszeitkonten abgebaut, sagt er. Für dieses Jahr rechnet Maier-Scheubeck mit Erlösen in Vorjahreshöhe. Und nächstes Jahr? Er weiß es nicht. „Die alten Planungsmodelle taugen nicht mehr.“ Der langfristige Wachstumstrend sei ungeboren. „Aber kurzfristig ist die Industrie durch die Krise aus dem Takt gekommen.“ Wenn mit der Wirtschaftsleistung auch der Stromverbrauch sinkt, verschieben die Versorger ihre Investitionen. Eine Vollausslastung in Boom-Zeiten strapaziere das Material eben stärker. Langfristig bestehe in Regionen wie Nordamerika und Europa nach wie vor ein großer Ersatzbedarf. „Die Amerikaner haben über viele Jahre hinweg zu wenig investiert.“ In Asien entstehen derweil neue Versorgungsnetze, so Maier-Scheubeck.

Der Terminplan auf der Werbetour durch die USA ist voll. „Sieben Uhr aufstehen, Frühstück, acht bis zehn Uhr Aufbau der Ausstellung, bis drei Uhr kom-

men Kunden und Neugierige, nach dem Abbau folgt gegen fünf die Weiterfahrt zum nächsten Bestimmungsort, den wir in der Regel irgendwann in der Nacht erreichen. Manchmal sind wir aber auch einen ganzen Tag unterwegs“, erzählt Landeschef Kurth. Zur Ausrüstung des Trucks gehört auch ein mehr als zwei Meter hoher Stufenschalter. Auf diesem Feld sieht sich MR als Weltmarktführer. Die Geräte sorgen dafür, dass in den Stromübertragungsnetzen der Versorger immer die gleiche Spannung herrscht. Ein paar Mal ist Kurth auch schon mitgefahren – in einem der Wagen des Begleittrosses. Ins Führerhaus darf auch er nicht. AJ mag es nicht.

Den Truck einschließlich Fahrer hat MR für ein paar Monate bei der auf solche Werbeaktionen spezialisierten Dortmunder Firma MM Promotion geliehen. Die Miete für solche Trucks beläuft sich je nach Ausstattung auf 25 000 bis 45 000 Euro pro Monat. Der Truck von AJ, der in

Wirklichkeit Armin Bauer heißt, fällt auf. Das Fahrzeug wurde nach Entwürfen des Designers Luigi Colani auf ein Chassis des Nutzfahrzeugherstellers DAF gebaut. Es sieht aus wie eine futuristische Fliege mit weiß-blauem Panzer, einem einzigen riesigen ovalen Glasauge und offenem Maul. Der Laster war auch schon für Nivea in Russland unterwegs und auf der Loveparade in Dortmund. Seit Mai rollt er nun beklebt mit dem Logo und Produktfotos von MR durch die Staaten.

In die lokalen Fernsehsender haben es AJ und sein Trailer schon öfters geschafft. Er kommt eher daher wie der Tour-Truck eines Rockstars als die mobile Ausstellung eines deutschen Mittelständlers. Auf der Tour-Homepage unterhält AJ einen eigenen Blog. Am Mittwoch habe er einen Unfall gehabt, steht im Logbuch. Ein kleiner Schaden am Truck, nichts, was sofort repariert werden müsste. „Oft überholen Leute das Fahrzeug, kurbeln die Seitenfenster herunter und fotografieren es während der Fahrt mit dem Handy, oder sie löchern AJ an Tankstellen nach dem Spritverbrauch“, erzählt Kurth. „Einmal hat auch einer bei uns angerufen und sich erkundigt, ob wir Bierzapfanlagen verkaufen, weil er gesehen hatte, dass wir eine deutsche Firma sind.“ Vielleicht geht die Werbetour des Trucks für MR auch nach Juli weiter – in den USA oder anderswo.

AJ meidet inzwischen die Highways und windet sich auf Nebenstrecken zum Ziel. Denn vor kurzem haben ihn Sheriffs an einer Straßensperre auf dem Highway abgefangen. Die Aktion hat AJ einen gehörigen Schrecken eingejagt. Aber die wollten bloß Fotos vom Truck machen.