

STRATEGISCHE ZIELE

Die strategische Planung reicht bis zum Jahr 2024 und ermöglicht so eine langfristige, stabile Ausrichtung des Unternehmens in allen Märkten.

Globale Nummer 1 für Lifting Solutions

Die Position als globale Nummer 1 für Lifting Solutions wird durch die Fokussierung auf die eigenen Stärken und auf die Realisierung von Synergien abgesichert. Gleichzeitig wird die Marktposition in Wachstumsprodukten und -regionen gestärkt. Im Zuge dessen werden Verbesserungen in allen Produktbereichen mit einem globalen Ansatz vorangetrieben, um das größtmögliche Synergiepotenzial unter Berücksichtigung übergreifender Standards und höchster Qualitätsansprüche zu erzielen.

Finanzziele

ORGANISCHES WACHSTUM

PALFINGER strebt in den kommenden Jahren ein stabiles organisches Wachstum an. Bis 2022 soll der Umsatz auf 2,0 Mrd EUR steigen. Dieses Ziel wird durch ein überdurchschnittliches Wachstum in den Regionen Nordamerika (NAM), Asien und Pazifik (APAC) und Latein Amerika (LATAM) sowie mit Marineprodukten erreicht werden.

10 % EBIT-MARGE

Eine 10 % EBIT-Marge soll durchschnittlich über alle Phasen des Wirtschaftszyklus erreicht werden. Die Optimierung margenschwacher Produktlinien und der Abschluss der Restrukturierung in der Region NAM und im Segment SEA unterstützen die Erreichung dieses Ziels. Zusätzlich werden durch die erfolgreiche Implementierung der GPO weitere Ergebnispotenziale gehoben. So sind zum Beispiel über den globalen Einkauf, die Weiterentwicklung von Shared-Service-Centern oder durch die Optimierung der nun global aufgestellten Funktionsbereiche Synergiepotenziale zu heben. Professionalisierte Prozesse und Aktivitäten durch Bündelung der Kompetenzen in Bereichen wie HSEQ, F&E, HR und Finanzen stellen das erfolgreiche Agieren als führender Anbieter im globalen Umfeld sicher.

10 % ROCE

Ein durchschnittlicher Return on Capital Employed von 10 % über den Wirtschaftszyklus soll durch den optimalen Einsatz der lang- und kurzfristigen Vermögenswerte erreicht werden. Ein stringentes Current-Capital-Management und eine CAPEX-Optimierung rücken hierbei weiter in den Fokus der PALFINGER Gruppe.

Nicht-finanzielle Ziele

PALFINGER verfolgt auch nicht-finanzielle Ziele. So wurden vier quantitative Ziele im Mitarbeiterbereich definiert: Sie betreffen die drei Themen Fluktuation, Ausfallzeiten und Diversität. Im Umweltbereich formulierte PALFINGER vier langfristige Ziel im Bereich Klimaschutz, Energieeffizienz, erneuerbare Energie und Abfallreduktion.

 Nachhaltigkeitskennzahlen und -ziele, Seite 47

Jeden Tag Mehrwert schaffen

PALFINGER hat sich zum Ziel gesetzt, jeden Tag für seine Kunden Mehrwert zu schaffen. Daher rücken in sämtlichen Produktlinien alle Mitarbeiter den Kunden in den Fokus ihres täglichen Tuns. Diese Vorgabe ist damit die Basis zur Erreichung aller weiteren strategischen Ziele.

Die folgende Übersicht zeigt die strategischen Schwerpunkte, die Fortschritte im Jahr 2019 und die Ziele bis 2022.

	UMSETZUNG IM JAHR 2019	ZIELE BIS 2022
PALFINGER Gruppe	<ul style="list-style-type: none"> • Erfolgreiche Implementierung der GPO-Struktur • Realisierung erster Synergien innerhalb der Global Functions • Restrukturierung des Segments SEA 	<ul style="list-style-type: none"> • Organisches Wachstum auf 2,0 Mrd EUR bis 2022 • Weiteres stabiles Wachstum • 10 Prozent durchschnittliche EBIT-Marge über den Wirtschaftszyklus • 10 Prozent durchschnittlicher ROCE über den Wirtschaftszyklus
Turnkey Solutions	<ul style="list-style-type: none"> • Fokus von PALFINGER auf Turnkey Solutions • Klare Definition des Geschäftsmodells und Roadmap auf Gruppenebene 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausbau bestehender Turnkey Solutions basierend auf einer gruppenweit definierten Strategie
Weiteres Wachstum mit Fokus auf BRIC Länder	<ul style="list-style-type: none"> • Erfolgreiche Übernahme der operativen Verantwortung im Joint Venture Sany Palfinger • Starke Umsatz- und Ergebniszuwächse in Kooperation mit SANY (Region APAC) • Ziehung der Call-Option und Übernahme der Mehrheit von Hydro-Grubert 	<ul style="list-style-type: none"> • Steigerung der Marktanteile und weiteres Umsatzwachstum in der Region APAC • Aus- und Aufbau des Produktportfolios in der Region LATAM • Weitere Optimierung der Produktionsanlagen in der Region GUS zur Sicherung des Umsatzwachstums
Globale Nutzung der Produktionsstätten	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung des globalen Sales & Operations Planning (S&OP)-Prozesses über alle Produkte und Regionen hinweg 	<ul style="list-style-type: none"> • Globale Nutzung der Produktionskapazitäten • Optimierung der globalen Werksauslastung und Optimierung des Lieferantennetzwerks
Stärkung der Position im Segment SEA	<ul style="list-style-type: none"> • Vollständige Implementierung der Restrukturierungsmaßnahmen • Deutliche Reduzierung der Strukturkosten • Stark positive Entwicklung bei den Auftragseingängen 	<ul style="list-style-type: none"> • Positives Ergebnis ab 2020 • Integration des Segments SEA in die GPO und dadurch weitere Realisierung von Synergien
Erhalt der Technologieführerschaft im Innovationsbereich	<ul style="list-style-type: none"> • Zentralisierung der F&E-Aktivitäten • PALFINGER Connected (Fuhrparkmanagement-System für Kranfahrer und Flottenmanager); Launch auf der BAUMA 2019 	<ul style="list-style-type: none"> • Weitere Umsetzung von internationalen Projekten • Technologieführer für Lifting Solutions • Wesentlicher Umsatzbeitrag mit disruptiven Lösungen • Ergänzung von PALFINGER Connected um die Service-Partner-Komponente
Kundenfokus	<ul style="list-style-type: none"> • Ausrichtung der GPO auf den Kunden • Fokussierung auf Lösungen für Kunden • Kundennähe als Anforderung an die Organisation 	<ul style="list-style-type: none"> • Weitere Festigung der GPO-Struktur, vor allem in den Bereichen Sales & Service und im Produktlinien-Management & Engineering • Weitere Fokussierung auf kundennahe ganzheitliche Lösungen (Turnkey Solutions) • Markenkern überarbeitet und neue Ausrichtung mit starkem Kundenfokus
Sicherung der Zukunftsfähigkeit durch Übernahme ökologischer und gesellschaftlicher Verantwortung	<ul style="list-style-type: none"> • Erstauftritt mit elektrischen Produkten auf der BAUMA 2019 • Gute Entwicklung bei nachhaltigen Langfristzielen • 68 Prozent Anteil erneuerbarer Energie bereits erreicht • Implementierung einer PV-Anlage in Köstendorf (AT) • Etablierung der HR-Strategie 2020 und Einführung von globalen Leadership Principles • Implementierung einer Safety & Quality-Organisationsstruktur auf Konzernebene • Überarbeitung des bestehenden Code of Conduct 	<ul style="list-style-type: none"> • Etablierung einer globalen Klimaschutzstrategie • Innovationsführerschaft bei Produkten auch für ökologische und soziale Zwecke • Durchführung einer Wesentlichkeitsanalyse im Jahr 2020 • Erreichung nachhaltiger Langfristziele im Mitarbeiter- und Umweltbereich • Etablierung der neuen HSEQ-Struktur und Safety-Kultur sowie Forcierung von globalen Managementsystemen • Etablierung einer Employer-Branding-Strategie • Stärkung und Nutzung der Vielfalt der Mitarbeiter und Erreichung der Diversitätsziele