

STRATEGISCHE ZIELE

Wegen der durch COVID-19 ausgelösten globalen Gesundheits- und Wirtschaftskrise beziehen sich die aktuellen strategischen Ziele auf das Jahr 2024. Die Maßnahmen zu ihrer Erreichung werden mit der gebotenen Sorgfalt hinsichtlich vorhandener Risiken implementiert.

Globale Nummer 1 für Kran- und Hebelösungen

Die Position als globale Nummer 1 für innovative Kran- und Hebelösungen wird durch den Fokus auf eigene Stärken und die Hebung von Synergien abgesichert. Die Marktposition in Wachstumsprodukten und -regionen wird gestärkt. Um das optimale Synergiepotenzial unter Berücksichtigung übergreifender Standards und höchster Qualitätsansprüche zu erzielen, werden Verbesserungen in allen Produktbereichen mit einem globalen Ansatz vorangetrieben.

Finanzziele

ORGANISCHES WACHSTUM

PALFINGER strebt ein kontinuierliches organisches Wachstum an. Bis 2024 soll der Umsatz auf 2,0 Mrd EUR steigen. PALFINGER geht von einem überdurchschnittlichen Wachstum in den Regionen Nordamerika (NAM), Lateinamerika (LATAM), Asien und Pazifik (APAC) sowie bei Marineprodukten (MARINE) aus.

10 % EBIT-MARGE

Eine EBIT-Marge von 10 Prozent soll durchschnittlich über einen gesamten Wirtschaftszyklus erreicht werden. Durch die GPO werden zusätzliche Synergien genutzt, etwa im globalen Einkauf, der Weiterentwicklung von Shared-Service-Centern oder durch die Optimierung der nun global aufgestellten Funktionsbereiche. Professionalisierte Prozesse und Aktivitäten durch Bündelung der Kompetenzen stellen das erfolgreiche Agieren als führender Anbieter im globalen Umfeld sicher.

10 % ROCE

Durch den optimalen Einsatz lang- und kurzfristiger Vermögenswerte soll ein durchschnittlicher Return on Capital Employed von 10 Prozent über einen gesamten Wirtschaftszyklus erreicht werden. Ein stringentes Current-Capital-Management und eine CAPEX-Optimierung sind deshalb im Fokus der PALFINGER Gruppe.

Nichtfinanzielle Ziele

Die vier quantitativen Ziele im Mitarbeiterbereich zu den drei Themen Fluktuation, Ausfallzeiten und Diversität bestehen ebenso weiter wie die vier langfristigen Ziele im Umweltbereich zu den Themen Klimaschutz, Energieeffizienz, erneuerbare Energie und Abfallreduktion.

 [Nachhaltigkeitsmanagement, Seite 43](#)

Jeden Tag Mehrwert schaffen

PALFINGER hat sich zum Ziel gesetzt, für seine Kunden jeden Tag Mehrwert zu schaffen. Damit rücken alle Mitarbeiter sämtlicher Produktlinien den Kunden in den Mittelpunkt ihres täglichen Tuns. Dies ist die Basis zur Erreichung aller weiteren strategischen Ziele.

Die folgende Übersicht zeigt die strategischen Schwerpunkte, die Fortschritte im Jahr 2020 und die Ziele bis 2024.

	UMSETZUNG IM JAHR 2020	ZIELE BIS 2024
PALFINGER Gruppe	<ul style="list-style-type: none"> • Optimierung der GPO-Struktur zur Erhöhung der Effizienz und Krisen-Resilienz • Förderung der Zusammenarbeit zwischen den globalen Kernfunktionen • Erfolgreich abgeschlossene Restrukturierung und Integration des Segments SEA in die GPO und Realisierung der Synergien 	<ul style="list-style-type: none"> • Organisches Wachstum auf 2,0 Mrd EUR bis 2024 • 10 Prozent durchschnittliche EBIT-Marge über den Wirtschaftszyklus • 10 Prozent durchschnittlicher ROCE über den Wirtschaftszyklus
Turnkey Solutions	<ul style="list-style-type: none"> • Intensivierung des Fokus von PALFINGER auf Turnkey Solutions in Sales & Service • Weiterentwicklung unseres Angebots und Roadmap auf Gruppenebene 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausbau unseres Angebotes an Turnkey Solutions basierend auf einer gruppenweit definierten Strategie
Weiteres Wachstum mit Fokus auf BRIC Länder	<ul style="list-style-type: none"> • Verstärkte Bearbeitung des asiatischen Marktes mit dem Joint Venture Sany Palfinger • Weitere Umsatz- und Ergebniszuwächse in Kooperation mit SANY (Region APAC) • Erfolgreiche Integration von Hydro-Grubert und sichtbare Ertragszuwächse für die Gruppe 	<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 CIS zur Sicherung des Umsatzwachstums
Globale Nutzung der Produktionsstätten	<ul style="list-style-type: none"> • Feinsteuerung der Auslastung über die etablierte Sales & Operations Planung (S&OP) und durch rasche Reaktionszeiten, etwa im Zuge der COVID-19-Krise 	<ul style="list-style-type: none"> • Globale Nutzung der Produktionskapazitäten • Optimierung der globalen Werksauslastung und des Lieferantennetzwerks
Erhalt der Technologieführerschaft im Innovationsbereich	<ul style="list-style-type: none"> • Weiterentwicklung der F&E-Organisation in Richtung Kundenorientierung und Synergieumsetzung • Verschränkung von P21st mit der etablierten Produktentwicklung • Marktreife des erneut ausgezeichneten Start-ups STRUCINSPECT 	<ul style="list-style-type: none"> • Technologieführer für Kran- und Hebelösungen • Weitere Umsetzung von internationalen Projekten • Wesentlicher Umsatzbeitrag mit disruptiven Lösungen • Ausbau der Kernkompetenzen für alle Produktlinien mittels Center of Excellence
Kundenfokus	<ul style="list-style-type: none"> • Förderung des Kundenfokus in den diversen Strategien, Strukturen, Prozessen und bei den Mitarbeitern • Ausbau des globalen Vertriebsnetzwerks, um die lokale Kundennähe zu garantieren • Durchführung der PALFINGER World Tour 2020 in vollständig digitaler Form 	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung von vollständig integrierten und vernetzten Lösungen für unsere Kunden • 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"> • Übererfüllung des CO₂-Ziels • 74 Prozent Anteil erneuerbarer Energie bereits erreicht • Etablierung einer HSE-Funktion • Awareness-Aktionen zur Diversität • Überarbeitung des bestehenden Code of Conduct 	<ul style="list-style-type: none"> • Etablierung einer globalen Klimaschutzstrategie • Durchführung einer Wesentlichkeitsanalyse im Jahr 2021 • Erreichung nachhaltiger Langfristziele im Mitarbeiter- und Umweltbereich • Forcierung von globalen Managementsystemen • Etablierung einer Employer Brand Strategie • Stärkung und Nutzung der Vielfalt der Mitarbeiter und Erreichung der Diversitätsziele