

Haas Automation ist der Shooting Star unter den US-amerikanischen Werkzeugmaschinenherstellern. Mit unkomplizierten, zuverlässigen und preiswerten Maschinen wollen die Kalifornier auch in Deutschland Marktanteile gewinnen. Im Gespräch mit mav erläutert Haas Geschäftsführer und CEO Bob Murray die Strategie des Unternehmens.



**Bob Murray,
Geschäftsführer
und CEO
Haas Automation Inc.**

Das Interview führte Holger Röhr

mav: Welche Bilanz ziehen Sie für das gerade abgelaufene Jahr 2006 für Haas Automation Inc.?

>>> Bob Murray: 2006 war das erfolgreichste Jahr der Firmengeschichte. Wir haben über 12 500 Werkzeugmaschinen produziert, das sind 25 % mehr als 2005. Unseren Umsatz haben wir um 30 % auf 740 Millionen US\$ gesteigert.

mav: Wie groß ist der europäische Anteil an dieser Erfolgsbilanz?

>>> Bob Murray: Auf dem europäischen Festland haben wir 2 150 Maschinen, in Großbritannien weitere 350 verkauft. Ohne UK kommen wir für 2006 auf 130 Millionen US\$ Umsatz in Europa. Das sind 40 % mehr als in 2005.

mav: Wie ist die Entwicklung in den USA?

>>> Bob Murray: Ich denke, dass der US-Markt für Werkzeugmaschinen insgesamt wächst. Trotz unseres Marktanteils von

40–42% in den Bereichen in denen wir Maschinen anbieten, wachsen wir immer noch stärker als der Markt, vergrößern also unseren Marktanteil. Mein Ziel ist es, in den USA einen Marktanteil von 50% zu erreichen.

mav: Beziffern Sie den Haas-Marktanteil nach Umsatz oder nach verkaufter Maschinen-Stückzahl?

>>> Bob Murray: Unseren Marktanteil berechnen wir nach Stückzahl. Es gibt sicherlich Anbieter, bei denen die Einzelmaschine wesentlich mehr Umsatz bedeutet. Allerdings muss man auch berücksichtigen, dass wir ausschließlich CNC-Maschinen verkaufen.

mav: Wen sehen Sie als Hauptwettbewerber?

>>> Bob Murray: Haas bietet unkomplizierte, äußerst zuverlässige Maschinen zu einem fairen Preis. Dabei verfügen wir

über ein enorm breites Programm an Fräs- und Drehmaschinen. Insofern sind wir für viele Anbieter das Ziel. Wir sehen zwar keinen Wettbewerber, der uns im gesamten Produktportfolio attackiert, haben aber in allen Segmenten starken Wettbewerb. Das ist uns Herausforderung und Ansporn zugleich.

mav: Wird Haas in Zukunft komplexere Maschinen anbieten und so stärker in Wettbewerb zu Werkzeugmaschinenherstellern wie DMG oder Mazak treten?

>>> Bob Murray: Nein, wir sind überzeugt, dass Haas so erfolgreich ist, weil unsere Maschinen so einfach zu bedienen sind. In den High-End Bereich möchten wir nicht. Eine Maschine mit der Komplexität einer Integrex wird es bei uns auch in Zukunft nicht geben.

Wir konzentrieren uns darauf, die Lücken innerhalb unserer bestehenden Produktpalette zu schließen und unsere bestehenden Maschinen zu verbessern. Wir fragen unsere Kunden, was sie brauchen. Wenn wir meinen, dass es einen Bedarf gibt, probieren wir einen neuen Maschinentyp einfach aus und stellen ihn auf der Westec der Öffentlichkeit vor. Gene Haas hat ein sehr gutes Gespür für die Produktentwicklung. In der Umsetzung bauen wir auf unsere 200 Ingenieure, die Erfahrung damit haben, Maschinen mit einem exzellenten Preis-Leistungsverhältnis zu konstruieren. Unser Ziel ist es, Maschinen zu bauen, die sich in nennenswerten Stückzahlen verkaufen lassen. Es macht uns nichts aus, einen Maschinentyp, der sich am Markt nicht optimal verkauft, wieder einzustellen.

mav: Welches Land ist für Haas in Europa besonders wichtig?

>>> Bob Murray: Aktuell ist unser größter Händler in Russland, mit ca. 400 Maschinen in 2006. Allerdings ist der Haas-Marktanteil in Russland bereits sehr groß. In Deutschland ist er bei ebenfalls 400 Maschinen in 2006 sehr klein. Da ist noch ein riesiges Potenzial. Ich gehe für 2007 von etwa 500 verkauften Maschinen in Deutschland aus. Auch wenn der Wettbewerb im deutschen Markt besonders intensiv ist, können wir unsere Ziele nur erreichen, wenn wir auch in Deutschland kräftig wachsen. Ich kann mir vorstellen, in 5 Jahren 1000 Maschinen im Jahr in Deutschland zu verkaufen.

mav: Mit welcher Strategie möchten Sie dieses Ziel erreichen?



„Born on a Haas“: 80% aller Teile lassen sich laut Haas auf den Fräs- und Drehmaschinen des Unternehmens wirtschaftlich fertigen

Born on a Haas.

TL-16 DREHMASCHINE
200 x 340 mm Kapazität mit Gegenabschub und angetriebenen Werkzeugen

Mit der Hilfe von Haas
CNC-Werkzeugmaschinen, können
Firmen jeder Art, Qualität an einem
anspruchsvollen Markt liefern.
Egal was Sie herstellen, wir haben die
Maschinen die Sie zum Erfolg führen.

>>> Bob Murray: Unsere Strategie enthält mehrere zentrale Elemente. Die Basis bilden unsere hervorragenden Produkte. Ein sehr klares Maschinenkonzept, eine große Auswahl an Optionen, innovative Produkte, transparente Preise in Verbindung mit einem überzeugenden Servicekonzept. Außerdem haben wir kurze Lieferzeiten. Im Grunde machen wir einfach das, was der gesunde Menschenverstand fordert zu einem sehr guten Preis-Leistungsverhältnis.

mav: Die Steuerungsentwicklung wird immer aufwändiger. Kommt eines Tages der Zeitpunkt, an dem Haas die eigene Steuerung aufgeben wird?

>>> Bob Murray: Nein, eine große Anzahl unserer Ingenieure beschäftigen sich mit der Verbesserung von Soft- und Hardware und dem Zusammenspiel mit den Antrieben. Unsere Steuerung ist außerordentlich zuverlässig und bedienerfreundlich und damit ein wichtiger Bestandteil des erfolgreichen Haas-Konzeptes. Mit über 12 500 Steuerungen im Jahr ist Haas, noch vor Heidenhain, stückzahlmäßig einer der größten Steuerungshersteller der Welt.

mav: Sie haben die Zuverlässigkeit der Haas-Werkzeugmaschinen betont. Wie sieht es damit nach einigen Jahren hartem Praxiseinsatz aus?

>>> Bob Murray: Wir haben 70 000 Werkzeugmaschinen im Markt. Alle Maschinen werden mit einer enorm hohen Fertigungstiefe an unserem Standort Oxnard

in Kalifornien gefertigt. Dabei setzen wir die besten Werkzeugmaschinen ein, die es gibt. Bei zugekauften Komponenten setzen wir auf renommierte Marken. Alles, was wir an Feedback von unseren Kunden bekommen, setzen wir in Produktverbesserungen um. Die Qualität der Haas-Werkzeugmaschinen ist hervorragend.

mav: Sie haben den bislang vergleichsweise geringen Marktanteil in Deutschland erwähnt. Mit welchen Referenzanwen-



Service-Vans sind Bestandteil der Kundenbetreuung

dungen können Sie denn Interessenten überzeugen?

>>> Bob Murray: Porsche produziert mit Haas Maschinen und BMW setzt unsere Maschinen in der Formel 1 z. B. zum Nutzen der Kurbelwellen ein.

Letztlich zielen wir aber nicht auf Automobilprojekte, sondern auf die große Anzahl ganz normaler Lohnfertiger. Die sind vielleicht als Referenz nicht so spektakulär, müssen aber Tag für Tag im härtesten Wettbewerb unter Beweis stellen, dass sie mit ihrer Ausrüstung wirtschaftlich fertigen können. Und genau das tut eine steigende Anzahl von Haas-Kunden weltweit.

mav: Um bei hohen Löhnen erfolgreich zu sein, sind auch kleine Lohnfertiger gezwungen, zu automatisieren. Bietet Haas dem Kunden hier individuelle Lösungen an?

„Ich gehe davon aus, dass wir in Kürze in Deutschland 1000 Maschinen pro Jahr verkaufen!“

>>> Bob Murray: Nein, wir bieten Standardmaschinen mit vielen Optionen an. Kundenindividuelle Lösungen direkt von uns, gibt es nicht. Wir bieten ein eigenes Portalladesystem an. Möchte ein Kunde seine Anlage beispielsweise mit einem Roboter automatisieren, so arbeitet er mit einem entsprechenden Integrator zusammen.

mav: Wie sieht das Vertriebs- und Servicekonzept in Deutschland aus?

>>> Bob Murray: Wir haben in Deutschland bereits 7 Haas Factory Outlets (HFO) davon sind 4 HFO's zertifiziert, die restlichen drei Zertifizierungen werden dieses Jahr folgen. Das HFO-Konzept beruht auf selbstständige Niederlassungen mit Verkauf und Service, die eine rundum Kundenbetreuung bieten. Im Haas Factory Outlet gibt es einen Vorführraum mit 4 bis 6 Maschinen, die jeder Zeit unter Span vorgeführt werden können und einen Raum für Kundenschulungen Service mit Ersatzteil mit Ersatzteilen bestückt ge, um sofort auf einen ! gieren. Nicht zuletzt erf Verkaufswirkung ohne