

Artur Doppelmayr

In dieser Rubrik stellt DER WIRTSCHAFTSINGENIEUR prominente Mitglieder des Verbandes vor, durchleuchtet ihren Tätigkeitsbereich, hinterfragt ihre Meinung zu aktuellen Themen und vergißt auch die private Seite nicht. Das Gespräch führte Rupert Hasenöhl.



Der Wirtschaftsingenieur: *Personen, die Sie kennen, charakterisieren Sie als Self-made-man, als Verkäufer-typ, als Durchreißer. Stimmt diese Fremdbeobachtung?*

A. Doppelmayr: Jawohl!

Der Wirtschaftsingenieur: *Andererseits sagt man aber auch, daß Sie es jetzt schon wesentlich ruhiger angehen als noch vor ein paar Jahren. Haben sie auch darin recht?*

A. Doppelmayr: Nein, das stimmt nicht. Ich war z. B. gerade drei Wochen in den USA und Kanada und fliege in einer Woche bereits wieder.

Der Wirtschaftsingenieur: *Sie sind bekannt als Amerika-Liebhaber, welchen Grund hat das?*

A. Doppelmayr: Das hat keinen bestimmten Grund. Ich möchte nicht sagen, daß ich ein Liebhaber der USA oder von Kanada bin. Ich habe aber sehr enge Beziehungen zu diesen beiden Ländern, weil die USA unser erstes Überseeexportland waren.

Der Wirtschaftsingenieur: *Als Sie die Firma von Ihrem Vater übernahmen, welche Ziele haben Sie sich damals gesetzt?*

A. Doppelmayr: Ich wollte alle Länder der Welt, die mit Liften zu tun haben, egal ob sie für den Sommer oder den Winter gebraucht werden, bearbeiten.

Der Wirtschaftsingenieur: *Ist Ihnen das gelungen?*

A. Doppelmayr: Jawohl. Wir sind heute in 36 oder 37 Ländern der Welt vertreten. Wir haben eine eigene Produktion in Japan und besitzen derzeit zwischen 50 und 60% Marktanteil je nach Jahr. Wir haben unsere eigenen Fabrikationszentren in Montreal für den Osten Nordamerikas, den Westen beliefern wir aus Wolfurt. Wir haben eine

Artur Doppelmayr, Dipl.-Ing., Kom.-Rat, Jahrgang 1922, vertritt in der Wolfurter Firma Konrad Doppelmayr & Sohn die dritte Generation. Nach dem Studium an der TH Graz trat er 1955 in die seit 1880 bestehende Familienunternehmung ein und kann für sich in Anspruch nehmen, sie in den beiden letzten Jahrzehnten zum größten Produktionsbetrieb der Welt für Schi- und Sessellifte entwickelt zu haben. Seit jeher mit dem Schisport eng verbunden, war er als Vizepräsident des Österreichischen Schiverbandes auch maßgeblich an der Gründung des österreichischen Schi-Pools beteiligt. Hobbys: natürlich Schifahren, aber auch Fischen und Tennis.

Servicefirma in Australien, eine Produktion in Spanien und Verkaufsunternehmen in Finnland, Norwegen und Island. Die übrigen Länder werden über Vertretungen von uns betreut. Zudem haben wir Verträge mit Rot-China und Indien über die Fertigung unserer Produkte und verhandeln momentan mit den Russen in gleicher Angelegenheit. Insofern kann man die Firma von damals mit der von heute nicht mehr vergleichen. Ich bin 1955 in die Firma eingetreten und habe sie mit meinem Vater zusammen aufgebaut. Damals haben wir für den Weltmarkt nur Schleplifte gebaut, erst Mitte der sechziger Jahre haben wir mit Sesselliften angefangen, Anfang der siebziger Jahre mit Gondelbahnen, dann mit den kuppelbaren Sesselbahnen unsere Palette vervollständigt. Es hat sich also einiges gewandelt. In unserer Branche hat man damals Doppelmayr als Schiliftunternehmen abgestempelt und große Maschinenbauunternehmen haben zur damaligen Zeit Seilbahnen vertrieben. Nur haben diese Großunternehmen diese Sparte so am Rande bearbeitet, haben keine Entwicklung betrieben und sich auch nicht mit den Marktverhältnissen beschäftigt. Dadurch war es ganz logisch, daß sie sich nicht halten konnten. Heute sind die Fa. Pomagalsky und wir die Marktleader. Daneben haben sich noch mehrere kleinere Unternehmen am Markt emporgearbeitet. Auch die amerikanischen Firmen sind in ihrem Know-how stehengeblieben, sodaß derzeit die Europäer die Oberhand an den großen Aufträgen Amerikas haben.

Der Wirtschaftsingenieur: *Man erzählt noch heute davon, daß Sie in den Anfangsjahren selbst den Kran in der Werkstatt bedient haben...*

A. Doppelmayr: Ja, mein Vater hat damals das Unternehmen geführt, ich habe die ersten sechs Monate des Jahres verkauft, und den Rest des Jahres war ich in der Werkstätte, um dafür zu sorgen, daß die Aufträge auch hinauskommen. Wir haben zu dieser Zeit Jahre gehabt, in denen wir unsere Produktion verdoppelt haben. Nur dort unten konnte ich sehen, welche Hemmnisse bei der Ausführung entstehen. Und so habe ich halt überall mitgeholfen, vom Kranfahren bis zum Montieren von Rollenbatterien.

Der Wirtschaftsingenieur: *Die Wachstumsphase Ihrer Firma fällt zusammen mit einer Zeit, in der die Erschließung der Schigebiete in vollem Gange war. Heute ist die Tendenz bereits wieder rückläufig, wie reagieren Sie darauf?*

A. Doppelmayr: Diese Rückläufigkeit wirkt sich auf das Geschäft nur bei denen aus, die keine weitere Entwicklung in den Produkten betrieben haben. 60% des heutigen Geschäftes sind Erneuerungen, zum einen, weil die Lifte schon so alt sind, daß sie ersetzt werden müssen, zum anderen aber auch, um die Kapazitäten zu erhöhen. Im Markt USA-Ost beispielsweise sind von 10 verkauften Liften 8 Umstellungen von Doppelsesselliften auf 3er- oder 4er-Sessellifte. Der Schifahrer ist heute nicht mehr bereit, an den Liften zu warten. Darauf müssen die Schigebiete reagieren, wenn sie weiterhin Gäste haben wollen, und das heißt, daß sie investieren müssen. Die Fleckalmbahn in Kitzbühel, die größte Einseilumlaufbahn der Welt, wurde beispielsweise aus diesem Grund gebaut.

Oder betrachten Sie Ischgl. Als Ischgl noch ein kleiner Ort war, gingen die Lifte direkt von den Hotels weg. In den letzten Jahren wurde aber die Betten-

kapazität von 500 auf 22.000 über das ganze Tal gesteigert. In den modernen Schischuhen kann man aber nicht laufen, daher muß man Lifte bauen. Das geht soweit, daß man in Frankreich Systeme entwickelt hat, bei denen man die Leute von den großen Parkplätzen in Liften zu den Bahnen bringt.

Der Wirtschaftsingenieur: Ihre Firma ist in Vorarlberg ansässig. Nun ist aber Vorarlberg, wie man am Abstimmungsverhalten in der Frage Zwentendorf oder auch an den Erfolgen eines Kaspanaze Simma ersehen kann, ein Vorreiter in der Grünbewegung. Sehen Sie in diesem neuen Umweltbewußtsein eine Gefahr für Ihre Firma?

A. Doppelmayr: Nein. Neuerschließungen machen auch heute nur noch einen verschwindend kleinen Anteil des Umsatzes aus. Die Gründe dafür kommen aber nicht allein aus Naturschutzgründen sondern vielmehr aus der Infrastruktur. Die Schifahrer sind

mit diesen Bahnen heuer so ausgebucht, daß ich in den USA sogar einen der größten Aufträge — über 8 Mill. Dollar — habe ablehnen müssen, weil ich nicht mehr liefern kann.

Der Wirtschaftsingenieur: Wodurch erklären Sie sich die führende Stellung Ihres Unternehmens in dieser Branche?

A. Doppelmayr: Das liegt erstens am hohen Stand der Technik, zweitens in der ständigen Kundenbetreuung und drittens in der Tatsache, daß wir das Ohr am Kunden haben, um zu wissen, was er eigentlich will. Ein weiteres Argument ist unser gut ausgebautes Servicenetz. Dazu haben mich eigentlich unsere Kunden in Australien gezwungen, die verlangten, daß wir die Ersatzteile, die für einen zweijährigen Betrieb benötigt werden, in Australien verfügbar halten. Dieses System haben wir dann weltweit übernommen. Heute haben wir Serviceteams in allen Län-

den. Kostenbewußtsein voll zur Geltung. Und für solche Produkte gibt das MITI große Unterstützung und dann stimmt auch das Marketing, das ja eigentlich auch vom MITI gemacht wird. Die ständige Entwicklung von Produkten, die nur in kleinen Serien hergestellt werden, entspricht nicht der Art der Japaner.

Der Wirtschaftsingenieur: Tatsächlich?

A. Doppelmayr: Die Japaner machen ja alles nur 80%ig, nicht 100%ig. Das schönste Beispiel dafür ist der Subaru, der nur 30 Tage im Jahr oder nur für eine bestimmte Strecke benützt wird, wogegen die europäische Denkweise alles 100%ig machen will. Und dann haben die Deutschen eben einen Quattro entwickelt, den man nicht verkaufen kann.

Der Wirtschaftsingenieur: Mit den Japanern ist das Geschäftemachen also am schönsten, mit welchem Land ist es am schwierigsten?

A. Doppelmayr: Frankreich. Zum einen kaufen sie immer nur das Billigste, und zum anderen ist dort der Protektionismus am größten. Aber auch von der Mentalität her sind die Romanen ganz anders als beispielsweise die Germanen. So haben wir in Frankreich, aber auch in Italien und in Spanien zehn Jahre lang keinen Schillift mit Doppelbügel verkaufen können, bis ich dann draufgekommen bin, daß vor allem die Romanen einfach nicht zu zweit fahren will. Wie wir dann den Tellerlift herausgebracht haben, war's keine Frage mehr.

Der Wirtschaftsingenieur: Sie sind Chef eines Familienunternehmens in der 3. Generation. Wird der Übergang zur nächsten eine kritische Zeit für das Unternehmen?

A. Doppelmayr: Nein. Ich habe zwei Söhne, die Ambitionen haben, die Firma weiterzuführen und ich bin dabei, das Unternehmen juristisch so zu gestalten, daß, sollten sie einmal nicht mehr wollen, daraus für das Unternehmen kein Schaden entsteht. Garantieren kann man natürlich nichts, aber wir versuchen das so zu regeln, daß es innerhalb der Familie zu keinen Querelen kommt.

Der Wirtschaftsingenieur: Besten Dank für das Gespräch.



besser geworden und wollen ein größeres Angebot haben. Damit erübrigt es sich, daß jedes Dorf, das einen Hügel hat, dort auch einen Lift hinstellt. Die Großen werden größer und die Kleinen gehen natürlich ein. Das einzige Land, in dem heute noch Schigebiete in großem Maße erschlossen werden, ist Japan. Und alle japanischen Unternehmen bauen nach europäischen Lizenzen. Momentan werden dort an die 200 Lifte pro Jahr gebaut, davon über 170 Sessellifte.

Der Wirtschaftsingenieur: Was sind die Zukunftsprodukte Ihrer Branche?

A. Doppelmayr: Unsere große Zukunft liegt in den kuppelbaren Sesselliften und in den Gondelliften, die 4, 6, ja sogar 8 Personen befördern. Wir sind

den, in denen wir vertreten sind, in manchen sogar mehrere, und können so quasi über Nacht eventuell auftretende Störungen beheben.

Der Wirtschaftsingenieur: Ihre größten Verkaufserfolge haben Sie zur Zeit in Japan. Haben Sie die Japaner mit ihren eigenen Waffen geschlagen?

A. Doppelmayr: Es hat fünf Jahre gedauert, bis ich in diesen Markt hineingekommen bin. Jetzt läuft das Geschäft und die Japaner sind die angenehmsten Partner, wenn man ihnen Know-how verkaufen kann, weil man dann sicher ist, daß sie es in der gleichen Qualität machen wie wir hier in Österreich. Aber die Japaner sind nur überall dort gut, wo sie große Stückzahlen fertigen können, dort kommt ihr