

Die Kunst, das Unplanbare zu managen

22.03.2024, 19:15 | Industrie, Bau & Immobilien

Pressemitteilung von: *markilux*



Die beiden Geschäftsführer Michael Gerling und Klaus Wuchner sehen für markilux gute Zukunftschancen

Ein eingetrübtes Konsumklima vor allem in Deutschland bescherte markilux 2023 ein weiteres herausforderndes Geschäftsjahr

Seit nunmehr vier Jahren meistern viele Unternehmen im Land einen schwierigen und kurvenreichen Parcours. So sorgte gleich ein ganzes Bündel an wirtschaftlichen und politischen Faktoren für einen starken Einbruch der allgemeinen Kaufkraft in Deutschland. Das bekam auch Markisenspezialist markilux 2023 zu spüren.

Saisonzyklen mit variierenden Auftragseingängen sind für die Sonnenschutzbranche seit jeher eine normale, jahreszeitlich bedingte Situation. Dies ist Teil des unternehmerischen Planens und Handelns. Bisher habe dies aber in einem wirtschaftlich und politisch kalkulierbaren Umfeld stattgefunden. Während der vergangenen vier Jahre sei hiervon jedoch nichts mehr zu spüren gewesen, sind sich Klaus Wuchner, Geschäftsführer für Vertrieb und Marketing und Michael Gerling, Geschäftsführer für Technik und Produktion bei markilux, einig.

Schwacher Start in die Saison

„Mit Beginn der Pandemie mussten wir so manches im Unternehmen in kürzester Zeit umstellen und uns in den Folgejahren vielen herausfordernden Situationen stellen. Aber wir waren erfolgreich mit unserer Strategie“, betont Klaus Wuchner und fährt fort: „Doch im Geschäftsjahr 2023 hatten wir es mit einer schwierigen Gemengelage zu tun. Denn gleich mehrere Faktoren führten dazu, dass der Markt für Sonnenschutz unter einem schlechten Saisonstart litt.“ Hierzu zählt Wuchner das feucht-kühle Wetter zu Beginn des Jahres, die anhaltend hohe Inflation und stark gestiegene Zinsen. Ferner den generellen Abwärtstrend in der Baubranche, den wachsenden Fachkräftemangel und eine durch das neue Gebäudeenergiegesetz sowie eine generell vage Politik verunsicherte Öffentlichkeit.

Akzeptablen Umsatz erwirtschaftet

All das habe die Investitionslaune der Endkunden stark eingetrübt. „In diesem schwierigen Umfeld konnte markilux einen Umsatz von rund 100 Millionen Euro erwirtschaften, was mit Blick auf die Marktlage der gesamten Sonnenschutzbranche ein akzeptables Ergebnis ist“, erklärt Klaus Wuchner. Zumal sich das Export- und Objektgeschäft

in dieser eher kühlen wirtschaftlichen Großwetterlage besser behaupten konnte. Hierzu habe unter anderem die Präsenz mit Schauräumen in wichtigen internationalen Metropolen beigetragen. „Die Marke markilux ist dadurch in unseren europäischen Kernmärkten, in Australien und den USA noch sichtbarer und somit für potentielle Käufer attraktiver geworden“, ist der Geschäftsführer überzeugt.

Design und Innovation weiter im Fokus

Stabilisierend wirkte zudem gemäß Michael Gerling die hohe Nachfrage rund um das Produktsortiment der „Großflächenbeschattung“. Die vielfältigen Systeme sind seit Jahren gefragt und werden von markilux stetig weiterentwickelt. Einen ebenfalls positiven Effekt habe die ergänzend zur Print- und Onlinewerbung erstmals geschaltete Fernsehwerbung gezeigt. So seien die Nutzerzahlen der markilux Website zeitgleich spürbar angestiegen. Mit seiner Marke auch in wirtschaftlich angespannten Zeiten präsent zu sein, sei enorm wichtig. „Investitionen ins Marketing sind ein entscheidender Baustein dafür. Ein weiterer sind gutes Design und komfortable Funktionen, was bei Endkunden nach wie vor hoch im Kurs steht. So konnten wir 2023 mit der smarten Lichttechnik und edlen Optik unserer neuen ‚MX-4‘ punkten. Denn hierfür erhielt die Markise gleich vier Designpreise“, sagt Gerling. Auch mit der „MX-2 colour“ und der Tuchkollektion „collection one“ verfolgte markilux seinen auf Innovation und Design ausgerichteten Kurs konsequent weiter.

In allen Schritten maximal beweglich bleiben

Diese Strategie will das Unternehmen auch künftig fortführen. Bei einer stark schwankenden Produktion und Auslastung, wie der Markisenspezialist sie in den vergangenen Jahren erlebt hat, ginge das allerdings nur mit einer flexiblen und höchst engagierten Belegschaft. „Wir schätzen uns glücklich, bei unseren Mitarbeitenden auf diese Eigenschaften bauen zu können. Ganz gleich, ob in der Verwaltung oder im Markisenwerk“, sagt Michael Gerling. Laut ihm spielt dabei hohe fachliche Kompetenz eine wesentliche Rolle. Investitionen in gut qualifizierte Fachkräfte sind daher ein Dauerthema für den Mittelständler. Außerdem bleiben Automatisierung und Digitalisierung wichtige Punkte auf der Zukunftsagenda. Ebenso wie Robotik-Technologie, deren Einsatz im Markisenwerk derzeit ausgebaut wird. Und es gelte, frühzeitig zu prüfen, ob Produktideen mit Blick auf Produktion und Logistik machbar und wirtschaftlich seien.

Sommerlicher Wärmeschutz dauerhaft gefragt

„Für uns heißt es ganz klar, durch gut organisierte Prozesse sowie den klugen Einsatz von Technik und Personal maximal beweglich und flexibel zu sein, um das Unplanbare managen zu können“, erläutert Klaus Wuchner. Denn mit einem schwer kalkulierbaren Umfeld ist seines Erachtens auch in den kommenden Jahren zu rechnen. Beide Geschäftsführer sind dennoch überzeugt, dass der Markt für Sonnenschutz langfristig gute Zukunftschancen bereithält. Schließlich werde sommerlicher Wärmeschutz immer wichtiger. Langlebige und intelligente Produkte sowie ein durch Fachpartner vor Ort gesicherter Service seien demnach gefragt.

Weitere Infos hierzu finden Sie unter: markilux.com/de-de/presse sowie unter: markilux.com

Bild- und Textmaterial erhalten Sie darüber hinaus per “Wetransfer” unter: [presse\(at\)concept3.de](mailto:presse(at)concept3.de)

Markisenspezialist markilux

markilux steht für Design Made in Germany, innovative Entwicklungen und exzellente Qualität im Markisenmarkt. Seit 1972 werden am Standort im westfälischen Emsdetten Terrassen-, Wintergarten- und Fenstermarkisen gefertigt. Die hochwertigen Produkte werden über Fachpartner im Inn- und Ausland vertrieben. Ausgewählte Betriebe sichern hierbei die hohen qualitativen Standards bei der Montage der Markisen.

Deutschland

Portrait

conzept3: Agentur für Veranstaltungsorganisation, Pressearbeit und Mediaplanung

Pressekontakt

conzept3 An der Alten Ziegelei 34
48157 Münster
Deutschland

0 251-1347740

presse@conzept3.de

<http://www.conzept3.de>

News-ID: 1259729 • Views: 638 (Stand: 08.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1259729/Die-Kunst-das-Unplanbare-zu-managen.html>