***Herr Nürnberger, wie viel Spaß macht es angesichts schwächelnder Wirtschaftslage, Heizungsmarkt und globalen Krisen momentan, für den Vertrieb verantwortlich zu sein?***

Mir macht es immer Spaß, für den Vertrieb verantwortlich zu sein, weil ich gerne mit unseren Kunden zusammenarbeite. Das ist erstmal unabhängig von der wirtschaftlichen Lage. Aber man freut sich natürlich mehr über steigenden Umsatz. Auf der anderen Seite kann man sein Wissen und Können besser zeigen, wenn die Wirtschaft nicht so gut läuft. Neben dem globalen Vertrieb bin ich auch für die Region Asia Pacific (APAC) zuständig. Da haben wir momentan ein zweistelliges Wachstum im Vergleich zum Vorjahr. Das ist natürlich schön, aber ich fühle mich weltweit verantwortlich, zusammen mit den Kollegen zusätzliche Projekte und zusätzliche Kunden zu bekommen. Kürzlich wurde ich gefragt, was mir besonders Spaß macht an meinem Job. Da habe ich geantwortet, dass das gerade diese zwei Rollen sind: Zum einen als Group CSO global die Strategie mitzugestalten und uns als Weltmarktführer zu positionieren. Zum anderen das dann auch lokal in Asien operativ umzusetzen. Das sind zwei Aufgaben, die perfekt zueinander und zu mir passen.

***Wo sehen Sie aktuell die größten Herausforderungen?***

Regional sind die aktuell in Europa am größten. Bei den Applikationen sind vor allem zwei Bereiche betroffen: Wohngebäudelüftung und Wärmepumpen. Denn zum einen ist der Wohnungsbau um 40 Prozent zurückgegangen, zum anderen hat sich der Umsatz der Wärmepumpenhersteller um die Hälfte reduziert – vor allem aufgrund der Unsicherheit durch das Gebäudeenergiegesetz. Hinzu kommt eine generelle Investitionszurückhaltung der Industrie.

***Wie begegnen Sie denen?***

Wir versuchen das durch andere Applikationen zu kompensieren und entwickeln mit den Kunden auch in diesen Bereichen zukunftsfähige Lösungen, beispielsweise eine Zentralelektronik, die den Kunden zusätzliche Benefits bringt und auch zu Kostenreduzierungen beiträgt. Unser Ziel ist es, uns sukessiv vom Komponentenanbieter zum Lieferanten von Systemen und Lösungen zu entwickeln und unseren Kunden dadurch zusätzlichen Mehrwert zu bieten.

***Schauen wir auf die Chancen: Wo liegen die größten Marktpotenziale?***

In den beiden Regionen Asia Pacific und Amerika. Mit Asien meine ich nicht nur China, sondern auch Südostasien und insbesondere Indien. Da sind viele große Player im Bereich der Rechenzentren und der kommerziellen Lufttechnik zu Hause. Beim Thema Reinräume sind wir weltweit führend für die Halbleiterindustrie. Genauso bedeutend ist das Thema erneuerbare Energien wie beispielsweise die gesamte Ladeinfrastruktur, aber auch für die Energiespeicherung bieten wir Ventilatoren in verschiedenen Größen an.

Ebenfalls besteht im Bereich Retrofit ein großes Potenzial: So sind beispielsweise in Deutschland 70 Prozent der kommerziellen Lufttechnikanlagen über 20 Jahre alt. Durch ein Retrofit mit unseren Plug-and-Play-Lösungen helfen wir, deutlich Energie einzusparen.

***Das Potenzial im Bereich der Halbleiterindustrie ist teilweise auch dem Handelskonflikt zwischen China und den USA geschuldet …***

Diese geopolitischen Themen sind grundsätzlich nicht gut und wir wünschen uns als Unternehmen freien Handel. Aber durch unsere globale Aufstellung sind wir ein stabiler und flexibler Partner für unsere Kunden überall auf der Welt. Mit unserer local-for-local-Strategie haben wir eben schon vor Jahren die Grundlage gelegt, um heute hochflexibel und agil auf geopolitische Veränderungen reagieren zu können.

***Welche Maßnahmen haben Sie auf Produktseite ergriffen, um diese Marktpotenziale zu heben?***

Auf der Produktseite haben wir mit der neuen Generation RadiPac 3, dem AxiEco und dem AxiTone neue Standards bezüglich geringem Geräusch und Energieeffizienz gesetzt. Wir entwickeln uns daneben vom Komponenten- zum Lösungsanbieter weiter. Deshalb bieten wir nicht nur die Hardware an, sondern erweitern unser Angebot durch Software. Hier ermöglichen wir durch die Auswertung von Daten mit künstlicher Intelligenz den Ventilator noch besser zu nutzen und so die gesamte Anlage noch energieeffizienter zu machen. Auf dieser Basis bieten wir auch digitale Services an, die bei Condition Monitoring und Predictive Maintenance unterstützen.

***Wie wichtig sind diese neuartigen Lösungen für ebm-papst?***

Zum einen unterstreichen sie, dass wir das Unternehmen sind, das die Lufttechnik in das nächste Zeitalter führt. Hier zeigt sich, dass wir diesen Anspruch auch in die Tat und in die Praxis umsetzen. Zum anderen bieten uns diese Lösungen auch die Möglichkeit neue Geschäftsmodelle zu entwickeln, die uns über den einmaligen Verkauf von Ventilatoren hinaus wiederkehrenden Umsatz ermöglichen.

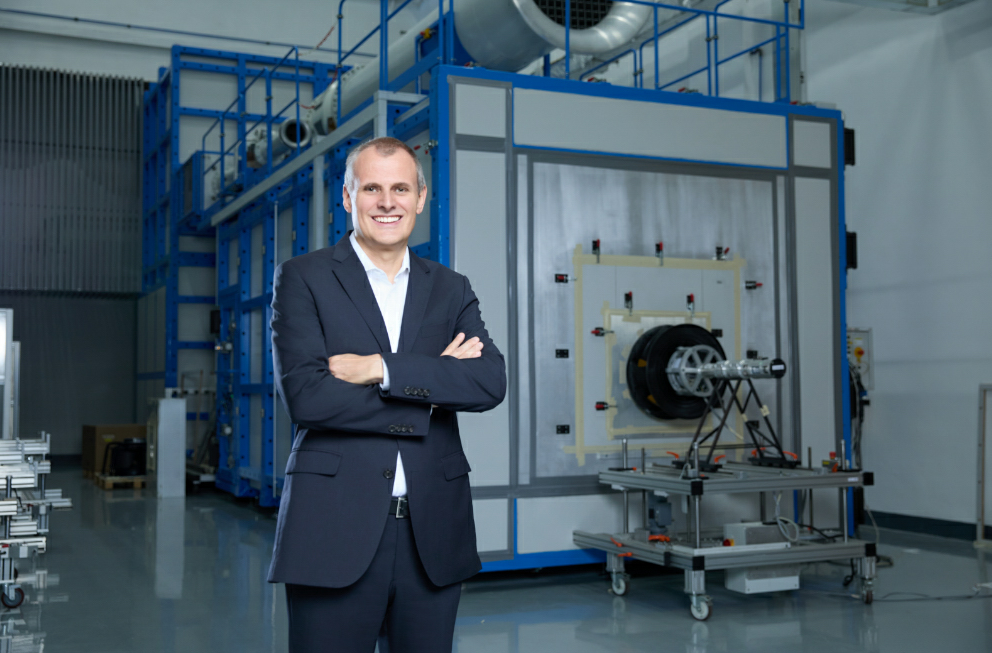
Im Gespräch mit Thomas Nürnberger,

CSO ebm-papst Group

CEO Air Technology ebm-papst APAC & MEA

Bilder zur Auswahl

# 



# Bilder ebm-papst

# Zeichen ca. 4.600

# Tags AxiEco, AxiTone, RadiPac 3, Chillventa, künstliche Intelligenz, Condition Monitoring, Predictive Maintenance

# Link [www.ebmpapst.com](http://www.ebmpapst.com)

**Über ebm-papst**

Die ebm-papst Gruppe ist weltweit führender Hersteller von Ventilatoren und Motoren mit Hauptsitz in Mulfingen, Baden-Württemberg. Das Familienunternehmen wurde 1963 gegründet und setzt mit seinen Kompetenzen in den Bereichen Motortechnik, Elektronik, Digitalisierung und Aerodynamik international Standards.

ebm-papst bietet nachhaltige, intelligente und maßgeschneiderte Lösungen für nahezu alle Anforderungen der Luft- und Heiztechnik. Das Unternehmen bedient mit seinen Produkten zahlreiche Branchen wie Luft-, Kälte- und Klimatechnik, Heizungstechnik, IT, Maschinenbau, Intralogistik und Medizintechnik.

Im Geschäftsjahr 2023/24 erwirtschaftete die ebm-papst Gruppe einen Umsatz von 2,408 Milliarden Euro. Weltweit beschäftigt das Unternehmen rund 14.000 Mitarbeitende an knapp 30 Produktionsstandorten, unter anderem in Deutschland, China und den USA, sowie in etwa 50 Vertriebsniederlassungen.