

VON KUPFER ZU KUNSTSTOFF

Nach mehr als 30 Jahren in der Metallbranche ist Johannes Pfeil als CEO von Dietzel Univolt ins Kunststofffach gewechselt. Er führt damit ein Familienunternehmen mit 350 Mitarbeiter:innen und Werken in drei Ländern.

Autor: Franz Artner

Es sind keine leichten Zeiten, aber da müssen wir durch. Ich bin davon überzeugt, dass die Zukunft elektrisch ist“, sagt Johannes Pfeil. Er ist seit gut einem Jahr CEO der Wiener Firma Dietzel Univolt und damit Chef des heimischen Marktführers bei Elektrorohren. Das seit 86 Jahren bestehende Familienunternehmen produziert und vertreibt mit insgesamt 350 Mitarbeiter:innen tausende Artikel aus Kunststoff und Metall, die Elektriker:innen für ihre Arbeit auf den Baustellen brauchen.

Das Hauptwerk steht in Wien Simmering, wo in drei Schichten produziert wird und 190 Mitarbeiter:innen beschäftigt sind. Eine weitere Produktion mit 65 Beschäftigten ist in Pezinok unweit von Bratislava angesiedelt und an einem weiteren Werk im chinesischen Dongguan hält die Eigentümerfamilie Pöcksteiner 60 Prozent der Anteile. Das Werk zählt ungefähr 55 Beschäftigte und fertigt vornehmlich für die Märkte in Großbritannien und Australien, für den chinesischen Markt sei die Qualität eher zu hoch, so der Manager. Er reist demnächst nach Chile, um einen sehr engagierten Großhandelspartner zu besuchen. Würde Pfeil alle Vertriebspartner selbst besuchen, wäre er kaum in Wien anzutreffen, exportiert Dietzel Univolt doch in 80 Länder. Der größte Teil des Umsatzes von rund 85 Millionen Euro wird dennoch im Heimmarkt erwirtschaftet. Es gibt hierzulande vermutlich keine:n Elektriker:in, die oder der nicht irgendwann ein Produkt von Dietzel Univolt verwendet hat. Pro Jahr werden insgesamt rund 120 Millionen Meter Rohre und 60 Millionen Stück Zubehör erzeugt.

Musik, Maschinenbau und Metall

Pfeil ist studierter Maschinenbauer, verfügt zusätzlich über einen MBA und hat vor seinem Engagement bei Dietzel Univolt ganze 31 Jahre in der Metallsparte bei Wieland in verschiedenen Führungsfunktionen verbracht. Zuletzt war er von 2000 bis 2023 Geschäftsführer der Wieland Moellersdorf Ges. m.b.H. Zu Dietzel Univolt ist er als CEO in einer Boomphase gekommen, in der die Produktion kaum mit der Nachfrage Schritt halten konnte. „Es ist spannend und macht viel Spaß mit neuen Produkten, neuen Menschen und neuen Herausforderungen umzugehen“, kommentiert er den Wechsel vom Großkonzern zum Familienbetrieb, bei dem der gebürtige Deutsche mit drei Generationen der Eigentümerfamilie zusammenarbeitet – dem Senior Prof. Ernst Pöcksteiner, seinem Sohn Dr. Michael Pöcksteiner und dessen Sohn Stephan.

Derzeit läuft bei Dietzel Univolt eine Modernisierungsoffensive. Innerhalb von zwei Jahren werden knapp 10 Millionen Euro in Maschinen und Infrastruktur investiert. Eines der Projekte ist die im August ans Netz gegangene PV-Anlage mit einer Leistung von 1,2 MW peak. Im Dezember wird die Mischerei mit neuen Maschinen bestückt und auch in Sachen Digitalisierung werden Projekte aufgesetzt.

In der wohlverdienten Freizeit spielt Pfeil, der in Musik maturiert hat, in einem Synchronorchester Oboe. Und er betreibt jede Menge Sport, zum Beispiel Volleyball und Golf, Skifahren und Segeln. ■

Fotos: Wolfgang R. Fürst

INTERVIEW: Johannes Pfeil
Dietzel Univolt

Building Times: Herr Pfeil, was reizt Sie an Ihrer Aufgabe?

Pfeil: Es ist spannend, es ist die Herausforderung, die ich auch gesucht habe. Es ist ein Tapetenwechsel, mit neuen Mitarbeiter:innen zusammenzuarbeiten und neue Kunden mit neuen Produkten zu bedienen.

BT: Ist es nicht schwierig, in einer Boomphase einzusteigen und dann gleich den Dämpfer zu erhalten?

Pfeil: Dass der Anfang in einer absoluten Hochphase passiert ist und jetzt das Marktumfeld schwieriger ist, das kann man sich nicht aussuchen, aber das gehört auch dazu. Das ist eine Phase, wo man jetzt durchmuss. Wir haben da einen sehr langen Atem und wenn ich Richtung Zukunft schaue, denke ich, dass wir in der Talsohle angekommen sind. Die erfolgten Zinssenkungen geben Hoffnung, dass sich der Markt wieder erholt.

BT: Sie sind jetzt gut ein Jahr im Haus, wissen Sie schon wie viele Produkte Ihr Unternehmen im Portfolio hat?

Pfeil: Ich beantworte das jetzt betriebswirtschaftlich. Viel zu viel und doch zu wenig. Unser Portfolio umfasst mehrere tausend Produkte, es stellt sich in einem Produktionsbetrieb immer die Frage, was man selbst produziert und was man besser zukaufte. Aber wir haben einige tausend Artikel.

BT: Sie haben ja bereits alle Werke mehrfach besucht. Wo wird mehr produziert, in China oder in Europa?

Pfeil: Definitiv in Österreich. Alle Extrusionsprodukte für den Hochbau, wie flexible Rohre und Stangen werden hier produziert, in Pezinok fertigen wir Rohre für den Tiefbau und Zubehör wie Verbindungsteile und Dosen. Von China aus beliefern wir vornehmlich UK und Australien.

BT: Und wächst der Markt in China? Oder gibt es dort noch etwas zu gewinnen?

Pfeil: Also in China gibt es ganz viel zu gewinnen. Der chinesische Markt ist für uns

nicht so einfach erreichbar, weil die Qualitätsansprüche im allgemeinen sehr niedrig sind. Aber auch eine kleine Nische mit Qualitätsanspruch kann in China sehr ordentlich sein.

BT: Das Unternehmen hat Kunden in 80 Ländern, welches ist das umsatzstärkste Land?

Pfeil: Österreich ist ganz klar die Nummer 1, der Rest verteilt sich quer über Europa, wobei Nord- und Osteuropa überwiegen. Deutschland und Frankreich gehören aktuell nicht zu unseren Fokusmärkten.

BT: Wie hoch ist der Gesamtumsatz von Dietzel Univolt?

Pfeil: In Summe liegen wir bei rund 85 Millionen Euro.

BT: Sie waren mehrere Jahrzehnte im Kupfer-Segment, jetzt sind Sie bei Kunststoffrohren. Was bleibt, sind Rohstoffunsicherheiten. Wie stark beeinflussen diese das Geschäft von Dietzel?

Pfeil: Die Rohstoffkosten sind wesentlich, bei uns entfallen 25 bis 30 Prozent der Gesamtkosten auf Lohn und Produktion, der Rest auf die Rohstoffe.

BT: Wie sieht es da bei den Preisen aus?

Pfeil: Sie schwanken nicht so stark wie bei Metallen, aber es gibt Trends. Seit Anfang des Jahres 2024 gab es eine leichte Reduktion um 10 bis 15 Prozent. Die industrielle Nachfrage ist aufgrund der schwachen Baukonjunktur deutlich gesunken.

BT: Nähert man sich damit dem früheren Niveau an?

Pfeil: Bei weitem nicht. In der Boomzeit haben die Rohstoffhersteller die Preise für die Granulate massiv hochgesetzt. Es gab damals die Verknappung am Markt aufgrund der großen Nachfrage und der Lieferkettenproblematik. Damals lagen die Containerpreise über 10.000 Euro, die haben sich inzwischen normalisiert. Aber der Markt regelt das ein Stück weit selbst. Wenn die Nachfrage schwach ist, gehen die Preise selten nach oben.

BT: Es gab in den letzten zwei, drei Jahren erhebliche Schwankungen im Geschäft. Hat Dietzel das unbeschadet überstanden?

Pfeil: Wir haben es absolut unbeschadet überstanden. Um das gleich vorweg zu nehmen: Die Jahre 2022 und 2023 waren auch bei uns sehr erfolgreiche. Grundsätzlich gilt, in Zeiten, wo die Nachfrage groß ist, ist es vergleichsweise einfach höhere Preise zu erlangen.

BT: Und wie sieht es heuer aus?

Pfeil: Heuer gibt es eine deutlich geringere Nachfrage. Da braucht man nicht drumherum reden. Der Vergleich mit 2022/23 muss gezogen werden, ist aber nicht sehr hilfreich. Weil wir von einem Extrem ins andere gekommen sind. Damals hatten wir Hamsterkäufe in verschiedenen Ebenen, vom Großhandel bis zum Elektriker.

BT: Aber wie geht es aktuell?

Pfeil: Wir sehen einen relativ stabilen Absatz, das heißt, vom Volumen her liegen wir etwa auf Vorjahresniveau. Es gibt aber eine Verschiebung hin zu Infrastruktur, Tiefbau. Und dort sind unsere Margen einfach geringer als im Hochbau.

BT: Wie schwer wiegt der Tiefbau?

Pfeil: Der Anteil von Infrastruktur und Tiefbau am Gesamtumsatz liegt im Bereich von 20 Prozent.

BT: Gibt es regionale Unterschiede?

Pfeil: Die Verschiebung vom Hochbau zum Tiefbau und die schwächere Nachfrage betrifft vor allem unseren Inlandsmarkt, im Export liegen wir eigentlich auf Plan.

BT: Der Innovations- und Pioniergeist steht im Leitbild der Firma. Wird aktuell etwas Spannendes entwickelt?

Pfeil: Innovation ist in unserem Bereich nicht ganz einfach. Es ist auch immer die Frage, wie schnell geht man vorneweg. Klar ist aber, ein Produkt, das wir entwickeln, muss ein Produkt sein, das einer ständigen Nachfrage unterliegt. Es geht darum, Dinge zu produzieren, die dem Elektriker das

Leben leichter machen. Ein weiterer Aspekt ist, was wir in Richtung erneuerbare Energie und Gebäude tun können.

BT: Was zum Beispiel?

Pfeil: Da geht es um winddichte Systeme, also unser Dosenprogramm, Anschlüsse und Verbindungen. Auch die Befestigungstechnik ist immer ein Thema. Oft geht es nicht darum, etwas komplett Neues zu erfinden, sondern darum, bestehende Produkte weiter zu optimieren.

BT: Darf man sich im Jahr 2025 eine bahnbrechende Innovation erwarten?

Pfeil: Wir arbeiten noch am „selbstverlegenden“ Rohr, aber das dauert noch (lacht).

BT: Haben Sie eine F&E-Abteilung? Gibt es Leute, die sich nur damit beschäftigen, sich etwas auszudenken?

Pfeil: Wir haben eine starke Produktmanagement-Abteilung, die bestehende Produkte optimiert. Das ist mehr der Schwerpunkt. Und dann haben wir unser Technical Department, die Konstruktionen und Maschinen technisch entwickeln und entwerfen. Ansonsten haben wir unser Quality-Management, wo auch das Labor mit dranhängt. Eigentlich ist unsere Vertriebsabteilung unsere F&E Abteilung, weil die immer das Ohr am Markt haben.

BT: Wäre es nicht eine Erleichterung für die Elektriker:innen, wenn die Drähte schon eingezogen werden?

Pfeil: Wir haben eine Einziehanlage, wir liefern auch vorverdrahtete Rohre. Da kommt wieder eine relativ einfache betriebswirtschaftliche Betrachtung ins Spiel. In dem Augenblick, wo der Markt schwach ist, haben die Elektriker:innen genügend Mitarbeiter:innen, die Kabel einziehen können und kaufen dann gern das leere FXP-Rohr von uns, weil es günstiger als ein vorverdrahtetes Produkt ist. In Zeiten, in denen die Auftragsbücher bei den Elektriker:innen voll sind, wird gerne auf zeitsparende Lösungen zurückgegriffen, die dann auch etwas teurer sein dürfen.

BT: Ist das auch im Ausland so?

Pfeil: Wir sind mit der Vorverdrahtung in nordischen Ländern viel stärker verbreitet, etwa in Dänemark. Auch teilweise Richtung Osten, in Rumänien gibt es größere Verarbeiter, die auf so etwas setzen.

BT: Univolt hat ja sehr früh halogenfreie Rohre produziert. Ist das Standard?

Pfeil: Es kommt auf den Anwendungsbebereich an. Rohre aus Polypropylen werden in kritischen Bereichen eingesetzt, überall, wo Menschen infolge eines Brandes gefährdet sein könnten. Ja, dort werden sie zum Standard. Da geht es einfach darum, dass das Produkt im Brandfall keine toxischen Gase freisetzt. Diese Produkte, die z. B. in Krankenhäusern und im Bergbau eingesetzt werden, liefern wir auch in unsere am weitesten entfernten Märkte, sie sind z. B. auch in der Sydney Opera und der dortigen Metro verbaut.

BT: Sind Polypropylen-Produkte deutlich teurer?

Pfeil: Ja, allein schon aus Rohstoffgründen.

BT: Und da gibt es aufgrund der steigenden Mengen keine Preisanpassung nach unten?

Pfeil: Nein, soll es auch nicht geben. Ich bin ein sehr margengetriebener Mensch und nicht mengengetrieben. Mehr Menge zu schlechteren Preisen und schlechterem Ertrag abzusetzen, ist keine gute Strategie.

BT: Wächst der Export insgesamt?

Pfeil: Ja. Deswegen sind wir demnächst auch in Chile. Wir haben dort einen sehr guten Großhandelspartner und wir planen, dort unser Engagement zu vertiefen.

BT: Sie vertreiben über Händler und auch direkt, oder?

Pfeil: Alles, was in den Hochbau geht, läuft über den Großhandel. Der Tiefbau ist im Normalfall ein Projektgeschäft. Das sind Kommunen, Städte, Gemeinden, größere Bauunternehmen, Energieversorger oder industrielle Abnehmer und da sind wir dann in zwei Stufen unterwegs.

BT: Was ist das Besondere an einem Familienunternehmen? Wahrscheinlich die kurzen Entscheidungswege, oder?

Pfeil: Definitiv die kurzen Entscheidungswege und der familiäre Zusammenhalt, aber in vielen Aspekten auch das Abwägen, ob eine Entscheidung tatsächlich im Interesse des Eigentümers ist.

BT: Wie stark beeinflussen die Eigentümer Ihre Entscheidungen? Sie haben ja zwei Chefs, oder?

Pfeil: Ich sehe die Eigentümer nicht als meine Chefs. Sie sind im Beirat des Unternehmens, mit dem ich mich bei Investitionsentscheidungen abstimme. Mit Dr. Michael Pöcksteiner habe ich aber auch einen Co-Geschäftsführer und Gesprächspartner in strategischen Fragen. Prof. Ernst Pöcksteiner gibt mir viele Einblicke in die Firmengeschichte und wesentliche Entscheidungen, die zum Erfolg von Dietzel Univolt geführt haben. Stephan Pöcksteiner arbeitet inzwischen als Projektmanager im Unternehmen und kann losgelöst vom Tagesgeschäft verschiedene Projekte vorantreiben.

BT: Was zum Beispiel?

Pfeil: Es geht um Organisation, Digitalisierung und Optimierung von Abläufen. Das sind zum Beispiel energetische Maßnahmen, Fahrtrichtungsänderungen im Lkw-Verkehr auf dem Areal, Optimierung der Kühlkreisläufe in den Hallen und ähnliches. Auch ein Tracking-System für unsere großen Kabeltrommeln ist ein Projekt. Er ist für uns eine großartige Unterstützung.

BT: Ich gehe mal davon aus, dass von Zeit zu Zeit Kaufangebote eintrudeln.

Pfeil: Also in den letzten 16 Monaten bei mir nicht. Aber vielleicht bekomme ich es auch nicht mit. Das Unternehmen steht aber ohnehin nicht zum Verkauf.

BT: Sie arbeiten ja viel mit Wärme. Wird diese Wärme in irgendeiner Form genutzt?

Pfeil: Ja. Wir haben in verschiedenen Bereichen im Unternehmen eine Wärmerückgewinnung. Über Wärmetauscher nutzen wir die erzeugte Abwärme zum Heizen des Duschwassers für unsere Sozialräume. Alles, was in Richtung Energieeffizienz und Energieeinsparung geht, wird von mir zu 100 Prozent unterstützt und da sind die Entscheidungen dann auch sehr schnell getroffen.

BT: Seit kurzem gibt es auch eine PV-Anlage?

Pfeil: Ja, die ist im August in Betrieb gegangen. Es sind 2750 Paneele mit einer Leistung von 1,2 Megawatt peak und damit eine der größten Anlagen in Wien. Seit der Inbetriebnahme haben wir bereits 61.000 Tonnen CO₂ eingespart.

BT: Sind die Energiekosten entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit?

Pfeil: In ähnlichem Ausmaß wie die Rohstoffkosten. Allerdings haben wir uns zu einem strategisch sinnvollen Zeitpunkt mit dem Energielieferanten auf einen vernünftigen Preis geeinigt. Wobei dieser Preis natürlich nicht dort liegt, wo er vor fünf Jahren war. Aber den hat keiner.

BT: Das heißt, Sie sind eine Zeitlang safe?

Pfeil: Dieses und auch nächstes Jahr sind wir gut abgesichert und können auf jeden Fall planen. Die Planbarkeit ist für mich oft wichtiger als der letzte Cent, den man da vielleicht tagesaktuell irgendwo rausholen könnte. Die Energiekosten sind das eine, was man aber weniger in der Hand hat, sind die Personalkosten. Wir hatten in den letzten zwei Jahren personalkostenseitig sicherlich einen Anstieg von 15 Prozent. Das ist Geld, das bekommen wir nicht so einfach vom

Markt wieder. Vor allem von einem Markt, der ein bisschen schwächelt.

BT: Sind Messen ein Zukunftsthema für Sie?

Pfeil: Wir sind stark vertreten bei unseren Großhandelspartnern auf den Hausmessen. Das ist eine gelebte Partnerschaft und auch eine sehr gute Gelegenheit mit Elektriker:innen in Kontakt zu treten, die wir auch über unsere Gebietsmanager sehr gut betreuen. Da gibt es auch die Möglichkeit, neue Produktideen aufzuzeigen.

BT: Und die großen Branchen-Messen?

Pfeil: Was die großen Messen betrifft, bin ich skeptisch. Wir waren, glaube ich, das letzte Mal 2016 auf der Light+ Building. Wir haben auch die Entscheidung getroffen, in Salzburg bei der e-innovation nicht dabei zu sein. Entscheidend dafür ist letztlich die Kosten-Nutzen-Relation.

BT: Mit Kunden in 80 Ländern sitzen Sie vermutlich auch viel im Flieger?

Pfeil: Deutlich weniger als 2017 oder 2018. Ich würde mich nicht als Vielflieger bezeichnen und bin vielleicht viermal im Jahr weiter unterwegs. Ich achte auch darauf und wir werden das auch in Zukunft sehr stark im Fokus haben, dass die Reisen immer einen Mehrwert für Dietzel-Univolt darstellen.

BT: Zum Privaten, pendeln Sie noch oder sind Sie schon Österreicher?

Pfeil: Ich lebe seit 2000 mit meiner Familie in Österreich und komme tatsächlich immer weniger nach Deutschland. Seit dem Wechsel liegt für mich die Firmenzentrale nicht mehr in Deutschland. Ansonsten fühle ich mich als EU-Bürger und ich liebe die EU.

BT: Und was machen Sie in Ihrer Freizeit? Spielen Sie ein Instrument, sind Sie Langläufer oder Fallschirmspringer?

Pfeil: Also ich spiele tatsächlich ein Instrument. Ich spiele Oboe in einem Sinfonieorchester, übrigens etwas, was mich und die Familie nach Deutschland bringt, weil das Orchester dort sitzt. Im Sommer gehe ich gerne segeln und golfen, im Winter Skifahren. Und ich spiele Volleyball. ■