

KRAL GmbH wächst trotz Krisen: Umsatzsprung um 8,5%!

KRAL GmbH steigert im Geschäftsjahr 2024/25 den Umsatz um 8,5 % auf 51,2 Mio. Euro, unterstützt durch internationales Wachstum.



Indien - Im Geschäftsjahr 2024/25 konnte die KRAL GmbH ein beeindruckendes Wachstum von 8,5 % verzeichnen und steigerte ihr Geschäftsvolumen auf 51,2 Millionen Euro. Das Unternehmen hat sich besonders in den Märkten Asien, Nordamerika und Europa durch Marktanteilsgewinne hervorgetan, wie Geschäftsführer Christoph Matt hervorhebt. Diese Umsatzsteigerungen sind ein Zeichen für die Widerstandsfähigkeit des Unternehmens, welches in einem zunehmend schwierigen globalen Umfeld agiert.

KRAL hat jüngst einen Auftrag über 1,2 Millionen Euro im maritimen Bereich in Indien erhalten, was den Erfolg im asiatischen Markt weiter unterstreicht. Mit rund 240

Mitarbeitenden und einer Exportquote von 97 % zeigt das Unternehmen die Bedeutung des internationalen Handels für sein Geschäftsmodell. Die Niederlassungen in Deutschland, Polen, Frankreich, den USA und China sowie über 45 internationale Vertriebspartner stärken die globale Präsenz von KRAL.

Politische Herausforderungen und strategische Anpassungen

Die politischen Entwicklungen in den USA und China stellen neue Herausforderungen für KRAL dar. Das Unternehmen plant daher, eine lokale Produktion für den chinesischen Markt zu etablieren, um flexibler auf die Gegebenheiten reagieren zu können. Trotz dieser Herausforderungen bleibt die Entwicklung der Kernkompetenzen wie Durchflussmesstechnik und kundenspezifische Systemlösungen in Europa verankert.

Darüber hinaus wurde die Geschäftsführung erweitert und besteht nun aus Christoph Matt und Thomas Blum. Frank Hofer und Florian Grabher-Meier wurden zu Prokuristen ernannt, um die Weichen für die zukünftige Expansion und Effizienz des Unternehmens zu stellen.

Globale Handelsdynamiken und KRALs Positionierung

Während KRAL auf Wachstumskurs ist, verändert sich auch die Landschaft des weltweiten Warenexports. Laut aktuellen Daten wurde im Jahr 2022 Waren im Wert von etwa 24.900 Milliarden US-Dollar exportiert, wobei Europa und Nordamerika an Anteilen verloren haben, während Asien stark zulegte. Im Jahr 2022 lag der Exportanteil Europas bei 36,1 %, verglichen mit 35,5 % für Asien. Der Einfluss Chinas auf diese Entwicklung ist immens, da Chinas Anteil am weltweiten Warenexport von 1,8 % im Jahr 1990 auf 14,4 % im Jahr 2022 gestiegen ist, wie [bpb.de](https://www.bpb.de) betont.

Insgesamt wurden weltweit etwa 50,1 % des Weltwarenexports interregional, also zwischen verschiedenen Regionen gehandelt, während 49,9 % intraregional blieben. Dies bedeutet, dass Unternehmen wie KRAL, die international agieren, geschickt auf unterschiedliche Märkte reagieren müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. In Europa lag der Anteil des intraregionalen Handels bei 69 %, was für die Stärke des Handels innerhalb der Region spricht, während in Asien dieser ebenfalls 56 % betrug, wie in einer weiteren Analyse von **bpb.de** ersichtlich ist.

Die dynamische Entwicklung im globalen Handel und die Anpassungen von Unternehmen wie KRAL an neue Herausforderungen verdeutlichen, wie wichtig es ist, sowohl regional als auch international strategisch zu denken und zu handeln.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Indien
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.vol.at• www.bpb.de• www.bpb.de

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at