

# ABB erwartet etwas weniger Wachstum

**SCHWEIZ** Die Zielsetzung bis 2020 liegt unter jener, die von 2011 bis 2015 galt. Für die Aktionäre soll aber dennoch mehr rauschauen.

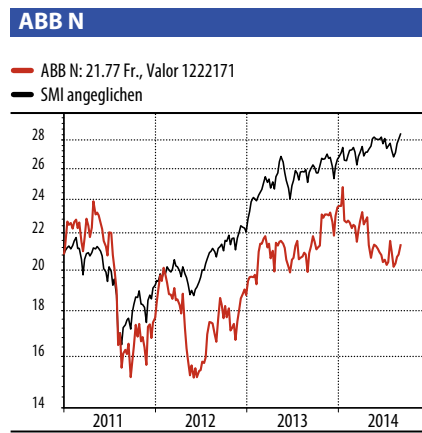
MARTIN GOLLMER

Die zurückhaltende Investitionstätigkeit in vielen Zielmärkten von ABB und ein generell eher verhaltenes Weltwirtschaftswachstum erfordert vom Automations- und Elektrotechnikkonzern eine Struktur, mit der es auch unter härteren Bedingungen möglich ist, gute Resultate zu erarbeiten.

Unter dieser Prämisse hat ABB am Dienstag in London die Wachstums- und Finanzziele für den Zeitraum 2015 bis 2020 vorgestellt. Dazu gehört ein verstärkter Fokus auf Mehrwert für die Aktionäre, der zunächst in einem Aktienrückkaufprogramm über 4 Mrd. \$ konkretisiert wird. Gleichzeitig konnte ein Erfolg an der Verkaufsfond bekannt gegeben werden: Der Konzern kann in Schottland für 800 Mio. \$ eine Seekabelverbindung bauen.

## Evolution statt Revolution

«Wir wollen mehr erreichen und wir wollen es besser machen»: So umriss CEO Ulrich Spiesshofer am Kapitalmarkttag in London die Stossrichtung der neuen Strategie von ABB. Spiesshofer ist seit rund einem Jahr im Amt und hat in dieser Zeit mit seinem Team den Konzern unter die Lupe genommen. Das Resultat ist eine neue



Strategie, die nicht radikal alles auf den Kopf stellt, sondern eine nächste Stufe dessen darstellt, was bisher schon galt. Daher auch der Name Next-Level-Strategie. Mit der neuen Strategie wird der Schwerpunkt des Geschäfts auf wachstumsstarke Endmärkte verlagert, wird die Wettbewerbsfähigkeit verbessert und es werden die Risiken des Geschäftsmodells – vor allem in der mit Problemen kämpfenden Division Energietechniksysteme – gesenkt. Zur Umsetzung der neuen Strategie werden 1000-Tage-Programme lanciert.

Resultat der neuen Strategie sollen verbesserte Finanzkennzahlen sein. So strebt

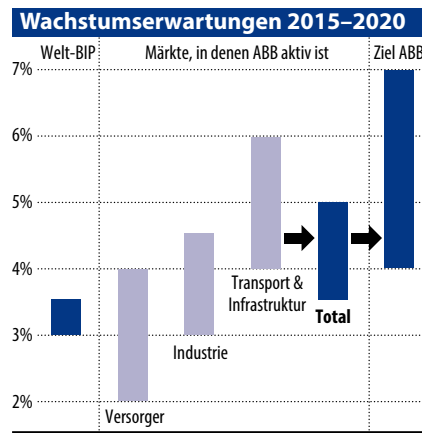


ABB im Zeitraum von 2015 bis 2020 eine jährliche Steigerung des Gewinns pro Aktie um 10 bis 15% sowie eine Cash-flow-Rendite auf das investierte Kapital (CROI) im mittleren Zehnerprozentbereich an. Der Umsatz soll auf vergleichbarer Basis um 4 bis 7% pro Jahr wachsen und damit das vorhergesagte BIP- und Marktwachstum übertreffen (vgl. Grafik). Zudem strebt ABB eine Ebita-Marge von zwischen 11 und 16% an (zum Vergleich: 2013 waren es 12,3%). Dabei soll eine durchschnittliche Free Cashflow Conversion von über 90% erreicht werden. Das Umsatzwachstums- und Margenziel ist

etwas niedriger als für die vergangene Zielperiode 2011 bis 2015: Da wurden Zuwächse von 5,5 bis 8,5% vorgegeben und die Margenzielbreite reichte (umgerechnet auf Ebita) bis 17%.

## Rückkauf von fast 8%

Die Aktionäre werden an der starken Cash-Generierung durch ein Aktienrückkaufprogramm in der Höhe von 4 Mrd. \$ beteiligt, das am 16. September 2014 startet und rund zwei Jahre läuft. Etwa drei Viertel des Rückkaufprogramms wird zur Reduzierung des Aktienkapitals eingesetzt. Der Rest soll für Mitarbeiteraktienprogramme verwendet werden.

Das Rückkaufprogramm macht gegen 8% des Börsenwertes von ABB aus. Die mit dem Rückkauf verbundene Gewinnverdichtung macht es denn auch möglich, dass der Zielwert für die Steigerung des Gewinns pro Aktie, die erwähnten 10 bis 15%, gegenüber der Periode 2011 bis 2015 unverändert bleibt – trotz niedriger Wachstumserwartung.

ABB baut weiterhin auf ihr bewährtes Automations- und Energietechnikportfolio, das wie bisher in fünf Divisionen managed wird. Neu wird aber die regionale Struktur von acht auf drei Regionen gestrafft (Asien, Naher Osten und Afrika,

Nord- und Südamerika sowie Europa). Diese unterstehen künftig direkt der Konzernleitung, wodurch eine Hierarchieebene entfällt.

Den starken Fokus auf organisches Wachstum will ABB durch Akquisitionen ergänzen. Daneben werden Kooperationen mit Partnern, die gut zur eigenen Unternehmenskultur passen eine grössere Rolle für das künftige Wachstum spielen.

Die neue Strategie von ABB zielt auf solide Zuwächse und hohe Profitabilität in einem Umfeld mit etwas weniger Wachstumsdynamik. Doch bedingen auch die etwas niedrigeren Zielwerte, dass ABB ihre Märkte stärker durchdringen kann und innovativer ist als die Konkurrenz.

Voraussetzung, dass die neuen Finanzziele erreicht werden, ist zudem, dass die optimistischen Annahmen zu BIP- und Marktentwicklung auch eintreffen.

Vorerst wird das Aktienrückkaufprogramm den ABB-Titeln etwas Schub geben, doch richtig Zug in die Aktien wird erst dann kommen, wenn es Anzeichen dafür gibt, dass die Kunden von ABB wieder stärker investieren. Doch solche Anzeichen fehlen vorerst noch.

Alle Finanzdaten zu ABB im Online-Aktienführer: [fuw.ch/ABB](http://fuw.ch/ABB)



Anzeige

**Für Ihre Nachkommen:  
Erhalten Sie die Früchte Ihrer  
Arbeit mit einer sicheren  
Nachfolge-Regelung.**

Besuchen Sie uns auf [www.zkb.ch/nachfolge](http://www.zkb.ch/nachfolge)

Wir unterstützen Sie bei der Regelung Ihrer persönlichen Vermögensnachfolge, damit Sie den finanziellen Herausforderungen in jeder Lebensphase gewachsen sind. Fragen Sie nach unserer Erbschaftsberatung.

Die nahe Bank Zürcher Kantonalbank

## Crealogix investiert in die Bankentechnik von morgen

**SCHWEIZ** Hohe Ausgaben verhageln dem Softwarehaus den Abschluss.

Crealogix gehört zu den Hidden Champions in der Schweiz – den Unternehmen, die früh auf ein Trendthema gesetzt haben. Das Softwarehaus beschäftigte sich mit der Digitalisierung der Bankenwelt, schon lange bevor der Marketingbegriff Fintech dafür kreiert wurde und jetzt die Runde macht. «Normale» Anleger haben trotzdem wenig davon. Die Aktien tendieren auf Sicht von Jahren seitwärts, deutlich schlechter als der Gesamtmarkt. Die Hoffnung liegt auf künftigen Einnahmen, wie der Jahresabschluss zeigt.

«Fintech ist ein Sammelbegriff für moderne Technologien im Bereich der Finanzdienstleistungen», so lautet die Definition laut Online-Lexikon Wikipedia. In diesem Frühjahr erst wurde die Begriffserläuterung angelegt – ein guter Indikator für den Marketinghype rund um das Thema. Crealogix beschäftigt sich laut Aussage von CEO und Verwaltungsratspräsident Bruno Richele schon seit der Gründung damit – also seit Ende der Neunzigerjahre. «Jetzt ist die richtige Zeit, in die Zukunft zu investieren», sagt er im Gespräch mit «Finanz und Wirtschaft».

Diese Investitionen kosten allerdings. Der Betriebsgewinn fiel im Geschäftsjahr 2013/14 (per Ende Juni) gegenüber der Vorjahresperiode 84% auf 0,5 Mio. Fr. Unter dem Strich stand ein leichter Verlust von 0,2 Mio. Fr., nach einem Gewinn von 2,6 Mio. Fr. Richele zeigt sich dennoch zufrieden. Der Verlust entspreche den Erwartungen. Auch in der laufenden Berichtsperiode sei ein Verlust wahrscheinlich, da Crealogix im zweistelligen Millionenbereich investieren will.

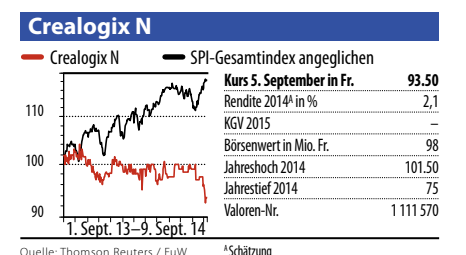
In der abgelaufenen Periode stieg der Umsatz 1,6% auf 50,1 Mio. Fr. In diesem Geschäftsjahr wird er laut dem Ausblick von Crealogix stagnieren. «Wir erwarten, dass er in den Folgejahren im zweistelligen Prozentbereich wachsen wird», teilt das Unternehmen jedoch mit. Der voll-

ständige Jahresabschluss soll Ende Monat publiziert werden.

Das Unternehmen sieht sich als finanziell stabil. Die Eigenkapitalquote lag per Ende Geschäftsjahr bei 67,5%, nach zuvor 73,2%. Trotz des Mehraufwandes resultierte ein positiver Netto-Cashflow aus Geschäftstätigkeit von 5,3 Mio. Fr., zuvor waren es 0,7 Mio. Fr. Die Investitionen manifestieren sich in neuen Niederlassungen von Crealogix in London, Singapur und Wien sowie in 30 neuen Mitarbeitern. Hinzu kommen traditionelle Standorte in der Schweiz und Deutschland. Insgesamt beschäftigt die Gesellschaft nun 280 Angestellte, das Gros im Heimatmarkt.

Dass sich Crealogix auf dem richtigen Weg befindet, zeigt der Lizenzvertrag. Er konnte über das Kundenportfolio hinweg 16,3% gesteigert werden. Genaue Zahlen nannte die Gesellschaft nicht. «Unsere Kunden haben das Thema lange diskutiert», sagt Richele. Jetzt falle die Entscheidung für Crealogix-Produkte.

An der Börse sind Crealogix keine gute Investition. Auf Sicht von einem Jahr sind sie 7% gefallen, seit Anfang Jahr 5%. Da tröstet auch die Dividende kaum, die mit 2% rentiert und für heimische Anleger steuerfrei ausgeschüttet wird. Zudem ist der Free Float mit 30% recht gering. Es mangelt weiter an Kaufargumenten. **TR**



Alle Finanzdaten zu Crealogix im Online-Aktienführer: [fuw.ch/CLXN](http://fuw.ch/CLXN)



## Kurz notiert

**Schwaches Halbjahr für Villars:** Das Detailhandelsunternehmen hat im ersten Halbjahr einen Umsatzrückgang um 13,5% auf 43 Mio. Fr. erlitten. Die Kaffeebars und die Läden an den Autobahnraststätten setzten weniger um. Der Ebita fiel 57% auf 0,84 Mio. Fr., der Gewinn knapp 36% auf 1,28 Mio. Fr. Für das zweite Halbjahr bleibt Villars zuversichtlich, einige Filialen würden nach dem Umbau wieder eröffnen.

**Amundi eröffnet Büro in Zürich:** Der Asset-Manager, der gemäss eigenen Angaben Vermögen von mehr als 800 Mrd. € verwaltet, ist seit 2007 mit einer Tochtergesellschaft in Genf präsent. Im Fokus werden neu auch in Zürich Kundengruppen wie Privatbanken, Versicherungsgesellschaften, Family Offices, Unternehmen, Fondsvertriebsgesellschaften und Pensionsfonds stehen.