

«In der Mittelspannung sind wir führend»

SCHWEIZ Tarak Mehta, Chef der Division Elektrifizierungsprodukte, leitet die profitabelste Sparte von ABB. Aber auch sie leidet unter Wachstumsschwäche.

MARTIN GOLLMER

Mit einem Jahresumsatz von 9,5 Mrd. \$ und 42 000 Mitarbeitern bilden die Elektrifizierungsprodukte die grösste Division von ABB (vgl. Grafik). Ähnlich gross ist nur noch die Sparte Stromnetze. Die Division Elektrifizierungsprodukte ist auch die mit Abstand profitabelste im Automations- und Energietechnikkonzern. Im zweiten Quartal 2016 erzielte sie eine Betriebsmarge auf Ebita-Stufe von 17,3%. Die Sparte wurde auf Anfang 2016 hin im Rahmen einer Reorganisation neu gebildet. Diese führte damals zu einer Reduktion der Zahl der Divisionen von fünf auf vier. In den Elektrifizierungsprodukten gingen dabei die alte Division Niederspannungsprodukte und Teile der alten Sparte Energietechnikprodukte auf.

Für die Zusammenlegung waren «Marktüberlegungen wegleitend», wie Tarak Mehta, Leiter der Division Elektrifizierungsprodukte, im Gespräch mit «Finanz und Wirtschaft» sagt. «Wir wollen für die Kunden ein One-Stop-Shop sein, wo man Energieverteilung und -verbindung aus einer Hand erhält. Eine Organisation soll verantwortlich sein für alle Produkte von einem Unterwerk bis zum Lichtschalter.»

Breites Produktangebot

Bei der Neubildung der Division Elektrifizierungsprodukte ging es um mehr als nur um das Zusammenführen verschiedener Einheiten. Die Gelegenheit wurde auch genutzt, um zu restrukturieren. «Wir nahmen Anpassungen vor», sagt Mehta. «Insbesondere richteten wir unsere interne Organisation noch stärker auf den Markt aus. Im Niederspannungsbereich etwa machten wir aus vier Geschäftseinheiten zwei.» Dabei kam es auch zu Entlassungen. Mehta: «Angesichts schwieriger Märkte müssen wir die Effizienz steigern. Bezuglich Personal haben wir dabei einen Ausgleich gesucht: Wo wir Opportunitäten sahen, haben wir investiert, wo Herausforderungen vorhanden waren, haben wir die Kapazitäten reduziert.»

Was bietet die Division Elektrifizierungsprodukte an? Mehta antwortet, indem er durch den Alltag führt: «Wenn Sie aufstehen und den Lichtschalter im Schlafzimmer betätigen, dann ist das ein Produkt von uns. Sie gehen in die Küche und machen das Frühstück: ABB liefert die Ausrüstung für Energieversorgung, Verbindung und Sicherheit. Dann begeben Sie sich in die Garage und besteigen Ihren Tesla: Die Komponenten für die Ladestation der Batterien kommen ebenfalls von der Division Elektrifizierungsprodukte. Angekommen im Büro steuert die Gebäudeautomation die Beleuchtung, das Raumklima, die Lichtschutzstufen und sorgt so für einen effizienten Umgang mit Energie. Wenn Sie in einer Fabrik arbeiten, dann ist ABB für die Energie-



Tarak Mehta: «In einem Markt, in dem die Preise nicht steigen, ist es sehr anspruchsvoll, die Marge zu verbessern.»

versorgung der ganzen Anlage bis zum einzelnen Arbeitsplatz zuständig.»

Mit ihren Produkten deckt die Division Elektrifizierungsprodukte laut Mehta einen Markt im Umfang von 120 Mrd. \$ ab. In diesem Markt ist ABB nicht allein. Es gibt Konkurrenten auf globaler und lokaler Ebene. Zu den globalen Wettbewerbern gehören laut Mehta Schneider (Frankreich), Siemens (Deutschland), Eaton (USA) und Legrand (Frankreich). Lokale Konkurrenten sind etwa Hubbell in den USA, L&T in Indien oder Chint in China. Die Zahl der Wettbewerber variiert je nach Produkt. «Im Niederspannungsbereich haben wir in China allein über 300 Konkurrenten», sagt Mehta.

Trotz hartem Wettbewerb hat sich die Division Elektrifizierungsprodukte in einigen Bereich sehr gute Marktpositionen erarbeiten können. «Im Mittelspannungsbereich sind wir sehr stark; wir sind der globale Marktführer», sagt Mehta. «Bei den Stromunterbrechern nehmen wir weltweit gesehen den zweiten Platz ein. Und in der Stromverteilung sind wir die Nummer drei der Welt.»

Einsatz für andere Sparten

ABB ist ein Industriekonglomerat, dessen Produktpalette von Lichtschaltern, über Motoren, Roboter und Transformatoren bis zu Hochspannungskabeln reicht. Gibt es da Synergien zwischen der Division Elektrifizierungsprodukte und den anderen Sparten? «Ja, natürlich», antwortet Mehta. «Einer der Pfeiler der Strategie von ABB ist die bereichsübergreifende Zusammenarbeit. Etwa im Verkauf. Als grösste Division bieten wir unseren Kunden über unsere Distributoren das gesamte Produktpotential von ABB an. Wir haben das Mandat, ABB bei den Kunden zu repräsentieren. Oder nehmen Sie ein Projekt der Sparte Prozessautomation in einer Raffinerie – da kommen auch Produkte unserer Division zum Zug. Wir liefern auch an die anderen Sparten.»

Der Geschäftsgang der Division Elektrifizierungsprodukte gleicht demjenigen des Gesamtkonzerns: Auftragseingang und Umsatz sind rückläufig, die Profitabilität steigt dank stetiger Kostensenkungen trotzdem (vgl. Kasten). Die Anleger haben das erfolgreiche Bemühen um Margenverbesserung erkannt: Die ABB-Aktien avancierten seit Jahresbeginn schon 18%. Die Wachstumsschwäche des Konzerns beschränkt aber einstweilen das weitere Aufwärtspotenzial der Titel. Ein nächster positiver Kurssprung könnte Anfang Oktober kommen, wenn ABB das Resultat der strategischen Überprüfung der Division Stromnetze bekannt gibt. Möglich ist dabei nämlich auch eine Abspaltung dieser Sparte. Das würde Milliarden in die Konzernkasse spülen.

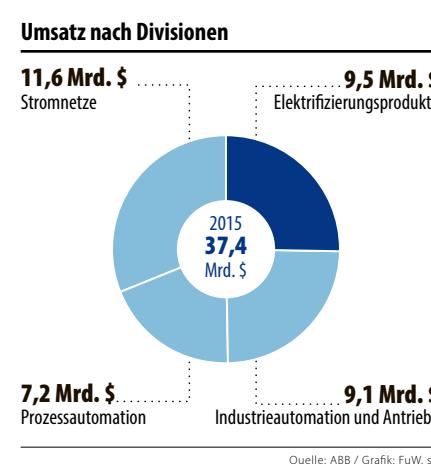
Alle Finanzdaten zu ABB im Online-Aktienführer: www.fuw.ch/ABBN



Aktienstatistik

Bewertung	Na.
Kurs am 23. August 2016, 12 Uhr, in Fr.	21.33
Rendite in % (per 2016), geschätzt	3,6
KGV 2016	22
KGV 2017	19
Kurs-Buchwert-Verhältnis	3,64
Börsenwert (in Mio. Fr.)	45 368
Angaben pro Titel in Fr.	
Gewinn 2015	0.87
Gewinn 2016, geschätzt	0.95
Gewinn 2017, geschätzt	1.10
Nennwertrückz. per 2015	0.74
Dividende per 2016, geschätzt	0.76
Aktienkapital: 265,77 Mio. Fr.	
– eingetellt in: 2 214 743 264 Na. à 0.12 Fr. nom.	
Bedeutende Aktionäre: Investor AB (10%), Cevian Capital (5,2%), BlackRock (3%), Eigenbesitz (4%)	

Quelle: Thomson Reuters / FuW



«Wir haben Kapazitätsanpassungen gemacht»

Die Ergebnisse der Division Elektrifizierungsprodukte sind im zweiten Quartal 2016 gemischt ausgefallen. In einem schwierigen Marktumfeld musste sie einen rückläufigen Auftragseingang und Umsatz hinnehmen. Die Profitabilität konnte dagegen gesteigert werden.

Der Auftragseingang bildete sich in der Berichtswährung im Vorjahresvergleich 5% auf 2,45 Mrd. \$ zurück. **Der Umsatz reduzierte sich 4% auf 2,4 Mrd. \$.** «Was den Auftragseingang betrifft, ist einer der für uns wichtigen Industriebereiche – Chemie, Öl und Gas – gegenwärtig schwach», erklärt Divisionsleiter Tarak Mehta die Gründe. «Wir bekommen jetzt die Investitionskürzungen in diesen Sektoren zu spüren, vor allem in

den USA. Auch China bleibt im Industriebereich ein herausfordernder Markt.»

Trotzdem gelang es der Division Elektrifizierungsprodukte, die Profitabilität zu erhöhen. **Die operative Ebita-Marge stieg 80 Basispunkte auf 17,3%.** «In einem Markt, in dem die Preise keine Aufwärtstendenz haben, ist es sehr anspruchsvoll, steigende Margen zu erreichen», sagt Mehta. «Ein Grossteil der Margenverbesserung ist denn auch Kostensenkungen zu verdanken. Wir führten sie im vierten Quartal 2015 und im ersten Quartal 2016 durch; im zweiten Quartal 2016 begannen sie Wirkung zu zeigen.»

Wie gelang es, die Kosten zu senken? «Wir haben das Einkaufsmanagement ver-

bessert», antwortet Mehta. «Wir erhöhten die Qualität in der Produktion und reduzierten damit die Ausschussrate. Und wir machten Kapazitätsanpassungen. Zudem vereinfachten wir die Prozesse und gestalteten sie effizienter. Und auf der Ertragsseite konnten wir dort höhere Preise durchsetzen, wo wir beste Produktlösungen anbieten.» Kapazitätsanpassungen bedeuten, dass die Division jetzt mit weniger Leuten arbeitet als vorher. «Das ist die Realität in einem Markt, in dem man effizienter werden muss, weil das Wachstum nicht da ist», sagt Mehta dazu. «Aber Entlassungen sind nicht unser einziges Mittel, um Kosten zu senken. Es gibt viele andere Massnahmen, die auch dazu beitragen.»

Komax will mittelfristig deutlich grösser werden

SCHWEIZ Der Hersteller von Kabelverarbeitungsmaschinen peilt bis 2021 einen bis zwei Dritteln höheren Umsatz und eine Kapitalrendite von 25% an.

ARNO SCHMOCKER

Ohne Solaraktivitäten, ohne Medtech-Sparte: Komax hat zum ersten Mal seit Beginn der Diversifikation Zahlen als reiner Anbieter von Kabelverarbeitungsmaschinen vorgelegt. Sie überzeugen: Das Unternehmen wuchs über 20%, zu fast 12 Prozentpunkten aus eigener Kraft. Hauptkonkurrent Schleuniger, eine Tochtergesellschaft von Metall Zug, stagnierte in den ersten sechs Monaten (vgl. Artikel gegenüberliegende Seite).

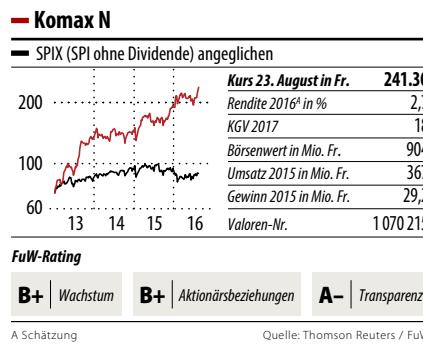
Komax stützt sich auf die anhaltend gute Nachfrage aus der Automobilindustrie ab. Mit einem Umsatzanteil von über 80% ist es die weitaus grösste Kundengruppe. Bei Schleuniger ist es bedeutend weniger. Die mit Abstand branchenführende Komax profitiert nicht nur von wachsenden Stückzahlen, sondern auch vom Trend, dass im Automobil immer

mehr elektrische Kabel eingesetzt werden und zudem die Automation in der Fahrzeugfertigung zunimmt.

Die Betriebsgewinnmarge fiel etwas unter den Erwartungen aus. Im Ebit enthalten sind 1,7 Mio. Fr. Kosten für eine Restrukturierung in Deutschland. Ohne den Sonderaufwand hat das Unternehmen die operative Marge von 15,9 auf 16,2% gesteigert. In der Spanne sind im Unterschied zu früher sämtliche Gemeinkosten (Corporate Costs) enthalten.

Im Halbjahresresultat war ein zweiter Faktor enthalten, der 2017 wegfällt: Der Verkauf von Medtech an die italienische IMA verursachte einen Verlust von 2 Mio. Fr. Der Aufwand fiel wegen Transaktionskosten, Steuern und einem Fremdwährungsverlust an. Weil Komax die Sparte mit einem rekordhohen Auftragsbestand weiterreichte, war immerhin kein Goodwill-Abschreiber zu verbuchen.

Auf der Basis eines 5,3% höheren Auftragseingangs rechnet das Management für das zweite Halbjahr mit einem Ergebnis im Rahmen des ersten Semesters. Für die Gewinnsschätzung 2016 besteht kein Revisionsbedarf. Im kommenden Jahr müsste allein durch den Wegfall der beiden Sonderfaktoren eine prozentual zweistellige Gewinnsteigerung möglich sein.



Darüber hinaus sind die Aussichten viel versprechend. Der Verwaltungsrat hat neue Wegmarken gesetzt: Die Mittelfristziele 2017 bis 2021 sehen vor, den Umsatz auf 500 bis 600 Mio. Fr. zu steigern, verglichen mit schätzungsweise 350 Mio. Fr. für 2016. Der Ebit soll bis in fünf Jahren 80 bis 100 Mio. Fr. erreichen, was einer Marge von 13 bis 20% entspricht. Als Rendite auf

Unternehmenszahlen

	2015 ¹	2016
Auftragseingang	165,5	174,4
Umsatz	147,5	177,5
– Veränderung in %	n. v.	+20,4
Betriebsergebnis (Ebit)	23,4	27,0
– Veränderung in %	n. v.	+15,3
– in % des Umsatzes	15,9	15,2
Ergebnis fortgeff. Aktivitäten	-3,8	-1,9
Gewinn	11,8	20,4
– Veränderung in %	n. v.	+72,1
Bilanzsumme per 31.12./30.6.	399,0	410,0
Eigenkapitalquote	71,0	70,0

¹ Zahlen angepasst nach Verkauf Medtech-Sparte

dem eingesetzten Kapital (ROCE) gelten 25% im Durchschnitt. Dieser Wert liegt weit über den gewichteten Kapitalkosten. Es wird also Aktionärswert geschaffen. Den Aktionären will Komax künftig 50 bis 60% des Gewinns zukommen lassen. Bis her gab es keine Ausschüttungspolitik, in den vergangenen Jahren hat das Unternehmen eher 70% ausgeschüttet. Vorangegangenes Ziel dürfte sein, die Dividende stets mindestens zu halten.

Die Komax-Aktien sind dieses Jahr ein Viertel und 2015 mehr als ein Drittel geklettert. Trotzdem: Ein Kurs-Gewinn-Verhältnis von 18 scheint für einen Pure Player noch nicht übertrieben hoch, berücksichtigt man die Wachstumsaussichten und die solide Finanzlage.

Alle Finanzdaten zu Komax im Online-Aktienführer: www.fuw.ch/KOMM

