

**E**s ist der letzte Dienstag im Februar um 14 Uhr, irgendwo auf der Autobahn zwischen München und Nürnberg. Wir erreichen Wolfgang Trier im Fond einer Limousine. Sie wurde als Testfahrzeug mit der Messtechnik der Münchener Softing AG ausgestattet, deren Geschäfte er seit zwölf Jahren verantwortet. Um seine anderen wichtigen Kunden aus der Automobilindustrie nicht zu verprellen, vertritt der Manager nur, dass es sich um ein Oberklassefahrzeug aus dem Volkswagen-Konzern handelt.

VON CHRISTIAN EULER

**WELT AM SONNTAG:** Herr Trier, plagen Sie manchmal noch Alpträume wegen der irrwitzigen Übertreibungen am Neuen Markt? Selbst heute ist Ihr Unternehmen noch meilenweit vom Höchstkurs aus dem Sommer 2000 entfernt – obwohl man viel besser dasteht.

**WOLFGANG TRIER:** Nein, ich habe generell keine Alpträume und schlafe wie ein Baby. Außerdem bin ich ja erst 2002, also nach dem Zusammenbruch des Neuen Marktes, zur Sanierung von Softing berufen worden.

**Wo finden wir Softing-Anwendungen im täglichen Leben?**

Im Bereich Industrieautomation finden Sie uns in Baby-Inkubatoren, in denen die einzelnen Sensoren über ein kleines Netzwerk verbunden sind. Außerdem in Zugsicherungssystemen im ICE, MRT-Scannern, aber auch in Kraftwerken, wo mithilfe unserer Gateways Gasturbinen angesteuert werden.

**Und im Automotive-Bereich?**

Heute läuft im Auto alles über Software, die programmiert werden muss. In einer Klimaanlage eines Mittelklassewagens sind schnell 5000 Datenpunkte zu hinterlegen. Die Werkzeuge zur Programmierung dieser Steuergeräte und die Messtechnik zum Testen und zum Programmieren der Prototypen stammen von uns. Oder nehmen Sie die Funkadapter, die Werkstätten den Diagnosezugang zur Elektronik verschafft. Allein der VW-Konzern nutzt rund 90.000 dieser Module. Wir fahren zwar bewusst nicht in den Autos mit, sind aber an allen Entwicklungsstufen beteiligt.

**Wie stark hängen Sie damit am Tropf der zyklischen Automobilindustrie?**

Das Geschäft der Programmierung von Steuergeräten und der Diagnose ist fast antizyklisch. Bei der Fahrzeugentwicklung und in den Werkstätten werden unsere Produkte immer gebraucht. Und wenn ein Automobilhersteller Absatzprobleme hat, versucht er über neue Produktvarianten Kaufanreize zu schaffen. Dazu benötigt er unsere Technologie. Unser Gewinn hängt somit nicht von der produzierten Stückzahl ab. Solange die Lage nicht so katastrophal ist wie 2008/09, treffen uns daher Abschwünge kaum.

**Hat die Automobilkonjunktur das Tal der Tränen hinter sich gelassen?**

## Was machen die Geschäfte ... Herr Trier?



Umringt von Schaltkreisen: Softing-Chef Wolfgang Trier im Versuchslabor

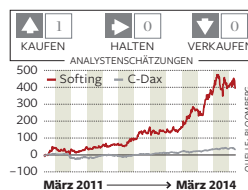
# „Ich schlafe wie ein Baby“

Softing-Vorstandschef Wolfgang Trier über die Perspektiven der deutschen Autokonjunktur, das wirtschaftliche Comeback der USA und seine persönliche Börsenstrategie

### AUFERSTANDEN AUS DEM NEUEN MARKT

Drei Absolventen der Technischen Universität München gründeten 1979 die Softing AG als **Ingenieurbüro**. Im Mai 2000 mitten in der Euphorie des Neuen Marktes an die Börse gebracht, wurde das Unternehmen nur zwei Jahre später zum **Sanierungsfall**. Der Aufsichtsrat bestellte Wolfgang Trier zum Vorstandsvorsitzenden. Der unterzog Softing einem neunmonatigen Restrukturierungsprogramm und trimmte die Firma systematisch auf marga- und wachstumsstarkes Geschäft. Unter Triers Ägide stieg der **Börsenwert** von fünf auf mehr als 100 Millionen Euro. Der Fokus liegt auf dem Informationsaustausch zwischen unterschiedlichen Geräten, Sensoren, Anlagen und Softwarelösungen.

**ISIN:** DE0005178008  
**Börsenwert:** 93 Millionen Euro  
**Umsatz 2012:** ca. 52 Mio. Euro  
**Ergebnis pro Aktie 2012:** 0,59 Euro  
**Dividende pro Aktie 2012:** 0,27 Euro  
**Dividendenrendite:** 1,7 Prozent



Ich mache mir keine Sorgen, aber wir werden eine Verlagerung der Produktion und Entwicklung nach Asien sehen. Die Konzerne müssen sich international aufstellen, weil immer mehr ins Ausland verlagert wird. Auch wir wollen die Abhängigkeit von Deutschland und Europa reduzieren – aber nicht, indem wir hier weniger machen, sondern uns stärker jenseits der Grenzen positionieren.

**Auf welche Regionen richtet sich Ihr Fokus?**

In Asien sind es vor allem China, Korea und natürlich auch Japan als reifer Markt. Viel verspreche ich mir im Industriebereich auch von den USA, die wieder ein dynamischer Markt werden. Man würde einen großen Fehler machen, die Vereinigten Staaten abzuschreiben. Daher haben wir im vergangenen Jahr unsere Mannschaft in USA deutlich aufge-

stockt und werden ein weiteres Büro in Dallas eröffnen.

**Wie schlägt sich diese Strategie in Zahlen nieder?**

Ich gehe davon aus, dass wir allein in den USA in den kommenden zwei Jahren den Umsatz von derzeit rund fünf Millionen Dollar auf das Vierfache oder mehr steigern werden. In Asien wollen wir bis spätestens 2016 eine Umsatzverdopplung erreichen. Aktuell liegen wir dort aber erst zwischen 1,5 und zwei Millionen Euro.

**Weltweit haben Sie für 2013 einen Umsatz von rund 50 Millionen Euro in Aussicht gestellt. Wird es dabei bleiben?**

Ich bin sehr positiv und gehe davon aus, dass zwischen 52 und 53 Millionen Euro herauskommen. Auch das operative Ergebnis dürfte am oberen Ende der

kommuniziert 5,7 bis 6,1 Millionen Euro liegen.

**Was ist Ihr mittelfristiges Ziel?**

Ich rechne mit einer Beschleunigung auf deutlich über 60 Millionen Euro Umsatz bis zum Jahresende – zuzüglich dem, was an nicht organischem Wachstum dazukommt. Auf Sicht von drei bis vier Jahren wollen wir die Marke von 100 Millionen Euro knacken.

**Welche Rollen spielen Übernahmen in diesem Szenario?**

Wir sprechen aktuell mit drei Unternehmen in Europa, Asien und den USA und denken, dass wir noch in diesem Jahr mindestens einen Vollzug melden können. Läuft alles nach Plan, könnten wir dann schon 2015 einen rentablen Umsatz von 80 bis 90 Millionen Euro erwirtschaften.

**Welchen Ihrer beiden Geschäftsbereiche könnte der Neuzugang denn verstärken?**

In den vergangenen Jahren haben wir vor allem den Automotive-Sektor ausgebaut. Um die Balance zu halten, steht nun verstärkt die Industrieautomation im Blickfeld.

**Wie gut ist Ihre Kriegskasse gefüllt?**

Ende 2013 hatten wir mehr als 13 Millionen Euro auf der hohen Kante.

**Genügt das zur Finanzierung der Übernahme, oder müssen Sie den Kapitalmarkt anzapfen?**

Selbst bei Umsetzung aller heißen Eisen wird keine Kapitalerhöhung notwendig. Wenn wir es nicht aus der Kasse stemmen, ist allenfalls eine leichte Fremdfinanzierung notwendig, die bei unserem Top-Rating billig zu finanzieren und aus dem hohen Cashflow schnell zurückführbar ist.

**Erst kürzlich haben Sie für dieses Jahr einen Kurs von etwa 20 Euro je Aktie in Aussicht gestellt. Das wäre ein Plus von knapp 30 Prozent. Ist das realistisch?**

Wir werden wohl ein schönes erstes Quartal bekommen. Ich habe das Gefühl, dass es für die Aktionäre ein richtig gutes Jahr wird. Wenn ich mir vor Augen halte, was alles in diesem Jahr ansteht, wäre ich enttäuscht, wenn wir letztlich nicht deutlich über 20 Euro lägen.

**Sie selbst und Ihre Familie halten knapp 30 Prozent der ausstehenden Softing-Aktien. Erst im vergangenen Mai haben Sie 52.000 Anteilsscheine für je 8,15 Euro gekauft. Seither hat sich der Kurs fast verdoppelt. Ist man da nicht versüßert, zumindest einen Teil zu versilbern?**

Meine ersten Aktien habe ich zu einem Euro gekauft, zu einem Zeitpunkt, als niemand an Softing glaubte. Ich bin 49 Jahre alt und habe noch einiges vor – in ein, zwei Jahren wird die Aktie auf einem ganz anderen Niveau stehen und hat dann auch das Zeug zum TecDax-Kandidaten. Wenn ich es ohne Verletzung der Insider-Regeln wieder darf, werden Sie mich auch bei 20 Euro je Aktie auf der Käuferseite sehen – da geht noch mehr.