

SOFTING

10.09.2014 - 09:11 Uhr von [DER AKTIONÄR](#)

Softing-Vorstand: "Ergebnisverdopplung im zweiten Halbjahr"

Vom Jahreshoch bei 18,75 Euro hat die Softing-Aktie inzwischen rund 5,50 Euro eingebüßt. Dabei steht die **Softing-Gruppe** nach der Übernahme der amerikanischen Online Development Inc. (OLDI) besser da denn je. Bereits im kommenden Jahr sollte die Umsatzmarke von 75 Millionen Euro fallen. Nicht nur Warburg Research sieht aktuell „eine Kaufgelegenheit für den führenden Nischenplayer im Bereich Automation“ und erwartet „eine Verbesserung des Newsflows in der zweiten Jahreshälfte“.

DER AKTIONÄR fragte nach bei Softing-Vorstand Dr. Wolfgang Trier.

DER AKTIONÄR: Herr Dr. Trier, die strategische Zielsetzung von Softing ist klar definiert. Sie wollen in die Klasse von jährlich über 100 Millionen Euro Umsatz hineinwachsen. Wie weit haben Sie die jüngsten Übernahmen auf diesem Weg bereits vorangebracht?

Dr. Wolfgang Trier: Wir wollen ein internationaler Konzern mit Firmensitz in Deutschland werden, was für mich bedeutet, dass erhebliche Teile der Wertschöpfung außerhalb Europas generiert werden. Hinzu kommt die Überschreitung der Umsatzgröße von 100 Millionen Euro jährlich. In beiden Punkten sind wir seit Jahresbeginn sehr gut vorangekommen. Schon vor Beginn der Planungen für 2015 gehe ich davon aus, dass wir im nächsten Jahr über 75 Millionen Euro Jahresumsatz liegen sollten, was in Bezug auf 2013 als letztes vollständiges Jahr mehr als 50 Prozent Umsatzwachstum bedeutet. Viel wichtiger als das bereits erfolgte Umsatzwachstum ist mir aber unsere heute dramatisch verbesserte strategische Aufstellung, die unsere Pläne für die nächsten Jahre absichert. Darin unterscheiden wir uns von allen Wettbewerbern.

Wie entwickeln sich die Geschäfte mit der amerikanischen Online Development Inc. (OLDI)? Dem Vernehmen nach haben Sie einige größere Ausschreibungen

gewonnen – oder stehen offensichtlich kurz davor. Ist an diesen Börsengerüchten etwas dran?

OLDI hat in diesem Jahr in der Tat interessante Folge- und Neuaufträge gewonnen. Im Umfang gliedern sie sich aber in das budgetierte Wachstum unserer Tochter ein. Daher haben wir darüber kein besonderes Aufheben gemacht. Man kann heute aber sicher sagen, dass Monate nach Vollzug der Übernahme unser Respekt vor den Leistungen unserer Tochter weiter gewachsen ist. Nicht nur die Auftragslage ist sehr gut, auch im Management kommen immer mehr Perlen zutage.

Mit der Übernahme der amerikanischen OLDI ist es um die Automobilprüfgeräte sehr ruhig geworden. Um Ihre Umsatzziele für das kommende Jahr erreichen zu können, müssten Sie doch eigentlich wieder kräftig aufs Gas steigen. Bitte erläutern Sie den aktuellen Sachstand.

Im letzten Jahr hatte sich der Umsatz im Konzern in etwa hälftig auf die Segmente Industrial Automation und Automotive Electronics verteilt. Durch die drei Übernahmen in diesem Jahr, die allesamt in das Segment Industrial Automation fallen, verschiebt sich das Gewicht deutlich zugunsten der Industrial Automation. Wie man jedoch aus den Zahlen der ersten beiden Quartale leicht ablesen kann, erfreut sich die Automotive Electronics bester Gesundheit. Neben guten Umsätzen wurden unbelastet von Akquisitionsaufwendungen auch schöne Renditen erwirtschaftet. Bedingt durch Modellwechsel und neue Großprojekte stellen sich aber auch hier intern neue Herausforderungen, die wir mit unserem internen Projekt „Jump“ adressieren. Mit der Einführung neuer Entwicklungswerkzeuge und -prozesse werden wir unsere Effizienz weiter ausbauen und auch bei der Automotive Electronics unsere Wettbewerbsfähigkeit für die Zukunft absichern.

Das Konzernergebnis im ersten Halbjahr war von den Kosten im Zuge der Übernahmen und dem Aufbau einer neuen Vertriebsorganisation in den USA geprägt. Welche Erwartungen haben Sie an das zweite Halbjahr?

Die Entwicklung der ersten acht Monate bestätigt bisher unsere kommunizierten Erwartungen recht präzise. Wir gehen davon aus, durch den Wegfall der Akquisitionskosten, durch die Reduktion der Aufbaukosten und durch verstärkte Produktabrufe von Großkunden im zweiten Halbjahr einen deutlichen Ergebnisschub zu erreichen. Bei der im letzten Quartalsbericht angekündigten Ergebnisprognose von fünf bis sieben Millionen Euro im Gesamtjahr 2014 erfordert dies für das zweite Halbjahr in etwa eine Verdopplung im Ergebnis. Hiervon ist unverändert auszugehen.

Die im Juli durchgeführte Kapitalerhöhung hat Softing einen Mittelzufluss von rund 7,6 Millionen Euro beschert. Ab wann wird sich die angekündigte Produktoffensive in Ihrem Zahlenwerk niederschlagen?

Die eingeworbenen Mittel sind so kalkuliert, dass damit die zur Umsetzung der Synergien mit den neu erworbenen Unternehmen notwendige Liquidität selbst im Falle einer drastischen Konjunkturabkühlung für mindestens zwei Jahre bereitgestellt wird. Produktentwicklungen dauern in unserem Umfeld meist ein Jahr und bis zum Erreichen der Umsatzwirksamkeit ist mit einem weiteren Jahr rechnen. Diese Vorlaufzeiten muss man beim Führen der Softing bedenken, dafür liegt die Lebensdauer der meisten Produkte dann auch bei fünf bis acht Jahren. Somit ist in 2016 erstmals mit deutlichen Effekten aus der angelaufenen Produktoffensive zu rechnen.

Als mittelfristiges Ziel haben Sie eine Annäherung an eine EBIT-Marge im Bereich von 15 Prozent ausgegeben. Könnten Sie Ihre Aussage zur Margenentwicklung in den kommenden Geschäftsjahren schon etwas konkretisieren?

Nein, wie schnell und in welchen Schritten wir dahin kommen werden, wird sich seriös erst im nächsten Jahr abschätzen lassen, wenn die diversen Effekte aus der neuen Aufstellung so klar werden, dass sich daraus quantitative Aussagen ableiten lassen. Ich bin aber sicher dass schnell erkennbar werden wird, wo wir uns auf dem Weg hin zu einer 15-prozentigen Marge befinden.

In zwei bis drei Jahren wollen Sie knapp die Hälfte des Gesamtumsatzes außerhalb Europas machen. Erhöhen Sie durch die verstärkte Expansion in außereuropäische Märkte nicht auch die operativen Risiken?

Natürlich wächst mit der Anzahl der bedienten Kunden und der Anzahl unserer Beschäftigten auch die Anzahl der Herausforderungen, die dem Management täglich serviert werden. Gleichzeitig muss aber im mindestens gleichen Maße die Problemlösungskompetenz im Unternehmen mitwachsen. Daher bin ich ja gerade so froh darüber, mit unseren Akquisitionen, allen voran Online Development als größter Einzelakquisition, ausgezeichnete Führungskräfte gewonnen zu haben. Die meisten Schwierigkeiten werden vor Ort gelöst, ohne dass hierzu dem Vorstand in München eine Vorlage gemacht wird. Bei den anderen Themen kommt mit der Vorlage der Themen auch gleich ein Handlungsvorschlag mit fundierter Begründung, warum man so verfahren möchte. Die installierten Mechanismen greifen. Im Ergebnis überwiegt daher als Effekt bei weitem die Reduktion der Risiken durch Entkopplung vom

konjunkturellen Risiko in Europa vor der Zunahme der Risiken durch neue Geschäfte.

Analysten erwarten für 2014 eine Absenkung der Dividende von 0,35 Euro auf 0,20 Euro. Müssen Ihre Aktionäre nun – zumindest kurzfristig – unter dem aggressiven Wachstumskurs leiden?

Von „Leiden“ kann ja wohl sicher keine Rede sein, wo sich der Aktienkurs seit dem Einschlagen unseres beschleunigten Wachstumspfad so gut entwickelt hat und noch weniger, wenn sich meine Erwartungen für den Kurs im Verlauf des zweiten Halbjahres bestätigen sollten. Der Aktionär profitiert bekanntlich nicht nur über die Dividende, sondern auch, und häufig in erster Linie, über die Kursentwicklung. Darüber hinaus darf man nicht vergessen, dass wir die Zukäufe bei einer mit zwölf Millionen Euro sehr moderaten Verschuldung gestemmt haben, die wir aus einem gesunden Cash-Flow heraus in den nächsten Jahren stufenweise zurückführen werden. Über die Höhe der nächsten Dividende wurde noch nicht einmal beraten. Richtig ist aber, dass wir die Dividende für 2014 im Vergleich zum Vorjahr etwas moderater ansetzen wollen.



Die amerikanische Grandeur Peak Global Advisors, LLC, Salt Lake City, hat ihre Beteiligung auf unter drei Prozent abgebaut. Heißt dies, dass einer der strategischen Investoren kein Vertrauen mehr in die Prosperität von Softing hat?

Nein, die Fakten und die persönlichen Gespräche zeigen genau das Gegenteil auf. Es ist richtig, dass Grandeur Peaks kürzlich das Unterschreiten der Meldeschwelle von drei Prozent gemeldet hat. Wenn Sie sich die Meldung aber genau ansehen stellen Sie fest, dass die absolute Anzahl der gehaltenen Aktien im Vergleich zur vorausgegangenen Meldung zum Überschreiten der drei Prozent sogar gestiegen ist. Letztlich ist in diesem Fall das Unterschreiten der 3-Prozent-Schwelle nur auf unsere rund siebenprozentige Kapitalerhöhung zurückzuführen. Unabhängig vom vorliegenden Fall ist aber klar, dass der eine oder andere Investor irgendwann einmal seine wirklich umfassenden Wertsteigerungen realisieren will. Das wird definitiv irgendwann passieren und ist völlig normal. Das hat überhaupt nichts mit mangelndem Vertrauen zu tun, sondern spiegelt nur die Mechanismen am Kapitalmarkt wieder.

Die Softing-Aktie hat zuletzt vom Jahreshoch bei 18,75 Euro bis in den Bereich um 13 Euro korrigiert. Aus Ihrer Sicht eine Einstiegschance für weitsichtige Anleger?

Absolut, das ist eine Riesenchance für alle, die den Einstieg oder den Ausbau ihres Engagements verpasst hatten. Trotz der vom Ergebnis her eher dünnen ersten beiden Quartale halte ich alle meine Aussagen zur Entwicklung der Softing AG ohne Abstriche aufrecht. Ich würde dies nur zu gerne selbst nutzen. Mit Vorlage der Zahlen für das dritte Quartal sollte aber klar werden, warum ich aus aktienrechtlichen Gründen dennoch davon Abstand nehme.

Herr Dr. Trier, vielen Dank für das Interview.