

INTERVIEW

GERHARD KOBLENZER, LPW

„Bedarf an hochwertigen Reinigungsanlagen“

SUSANNE BADER, PRODUKTION NR. 14, 2013

Neue Produkte und das Engagement in ausländischen Märkten hat das Geschäftsjahr 2012 der LPW Reinigungstechnik beflügelt. Geschäftsführer Gerhard Koblenzer über die Chancen für das laufende Jahr.

Sie haben das vergangene Jahr positiv abgeschlossen – was waren die wichtigsten Gründe dafür?

Zum einen hat sich die Vorgehensweise bewährt, Kundenanforderungen nicht an ein bestehendes Produkt anpassen zu wollen, sondern die Produktfamilie so auszulegen, dass sie den Ansprüchen unter den Aspekten Reinigungsqualität,

Effizienz und Automation ideal gerecht wird. Dazu zählt auch die konsequente und aufgabenbezogene Beratung im Vorfeld. Des Weiteren haben wir unsere Versuchs- und Analysefähigkeiten durch die Einrichtung eines modernen Labors sowie die Bereitstellung von Anlagen für Grob-, Fein- und Feinstreinigung im LPW-Technikum deutlich optimiert.

Was macht den asiatischen Markt für Sie so interessant?

Bisher waren die asiatischen Märkte durch die europäischen Unternehmen mit Standorten in Asien geprägt. Das ändert sich rasant. Asien entwickelt sich zum eigenständigen Markt für Reinigungstechnik für Standardanlagen und kundenspezifische Sonderanfertigungen. Eine Anpassung dieser Anlagen stellt eine nicht zu unterschätzende Herausforderung dar, die von Europa aus nicht zufriedenstellend gelöst werden kann. Daher sind eigene Standorte für Produktion, Service und Vertrieb nötig.

Welche neuen Trends zeichnen sich für 2013 bei den Reinigungsanlagen ab?

Der Bedarf an hochwertigen Anlagensystemen mit hoher Ausbringung und hoher Flexibilität wächst. Kunden fordern zunehmend die logistische Aufgabenlösung, ein Produkt von der Bearbeitung mit einem definierten Qualitätsstandard an den Folgeprozess zu verknüpfen. Das stellt eine Herausforderung an die Anlagentechnik, aber auch zunehmend an die Automation dar. Hinzu kommt eine steigende Nachfrage für Reinigungsanlagen zur Lösung von Feinstreinigungs-



Gerhard Koblenzer, Geschäftsführer LPW Reinigungssysteme GmbH.

Foto: LPW

aufgaben unter den Aspekten der partikulären und organischen Verschmutzung. Auch ist wachsendes Interesse an hochwertigen und preisgünstigen Einsteigermaschinen festzustellen. Darauf sollte man sich dieses Jahr in Deutschland einstellen.

INTERVIEW

WOLFGANG WAGNER, L.E.K. CONSULTING

So kauft mich ein Chinese

MAREN KALKOWSKY
PRODUKTION NR. 14, 2013

Im Interview mit Redakteurin Maren Kalkowsky erläutert der China-Experte Wolfgang Wagner, warum ein Unternehmensverkauf an einen chinesischen Investor sinnvoll sein kann.

Die chinesische Übernahmewelle rollt. Was ist in Deutschland zu erwarten?

Deutschland hat sich in den letzten Jahren zu einem Hauptzielmarkt für Unternehmensbeteiligungen durch chinesische Investoren entwickelt. Dabei lag der Fokus ganz klar auf dem Erwerb von Minder- und Mehrheitsbeteiligungen im Technologiesektor, wobei den Bereichen Maschinen- und Werkzeugbau, aber auch Automobil und Elektrotechnik besondere Bedeutung zugemessen wurde. Diese Investitionsstrategie werden chinesische Unternehmen auch in den nächsten Jahren beibehalten.

Ein deutscher Mittelständler im Maschinenbau findet keinen Nachfolger und möchte verkaufen. Ist ein Verkauf an einen ‚Chinesen‘ sinnvoll?

Ein bevorzugter Verkauf an einen chinesischen Investor ist dann sinnvoll, wenn bereits wechselseitige Beziehungen bestehen, zum Beispiel Vertriebs- oder Einkaufskooperationen, oder der mögliche Partner dem deutschen Unternehmen beim weiteren Aufbau des internationalen Geschäftes vor allem in China behilflich sein kann.

Wie finde ich einen chinesischen Käufer?

Der Verkäufer sollte zunächst eine Verkaufsstrategie erarbeiten, die eine zielgerichtete Suche nach



„Deutschland hat sich in den letzten Jahren zu einem Hauptzielmarkt für Unternehmensbeteiligungen durch chinesische Investoren entwickelt.“

Wolfgang Wagner ist Senior Advisor bei L.E.K. Consulting.
Bild: L.E.K Consulting

möglichen Käufern erlaubt. Dabei wird das eigene Unternehmen zunächst einer quasi ‚Eigen Due Dilligence‘ unterzogen das heißt Unternehmensstrategie. Finanzsituation und Zukunftsaussichten werden einer Selbstprüfung unterzogen, um im nachfolgenden Verkaufsprozess bestmöglich agieren zu können. Je nach Größe und Marktstellung des Unternehmens ergeben sich daraus häufig bereits konkrete Vorstellungen und Ansatzpunkte, welche chinesischen Investoren potenziell als Interessenten in Frage kommen könnten. Unterstützt durch größere Hausbanken oder spezialisierte Berater wird die Liste möglicher Kaufkandidaten noch erweitert und dann anhand von klar definierten Verkaufskriterien auf eine ‚Käufer Shortlist‘ kondensiert. Diese Unternehmen werden anschließend kontaktiert und der Verkaufsprozess so eingeleitet.

Welche Arten von chinesischen Käufern existieren?

Es sind grundsätzlich vier Arten: Erstens große Staatsfonds wie etwa CIC investieren weltweit in unterschiedlichsten Branchen, meist Minderheitsbeteiligungen in Großunternehmen, Infrastruktur und Rohstoffe. Zweitens große Staatsunternehmen wie zum Beispiel Sinomach, SAIC: Diese investieren gestützt durch den chinesischen Staat weltweit in Unternehmen, die für ihre Strategie wichtig sind. Drittens private Unternehmen wie Chery Automotive: Diese sind häufig bereits börsen-

notiert, investieren ebenfalls weltweit gemäß ihrer Unternehmensstrategie und finanzieren Investitionen über die Kapitalmärkte. Und viertens Private Equity wie Hony Capital: Diese treten bisher nur als Minderheitsinvestoren bei internationalen Transaktionen in Erscheinung, der Fokus liegt auf dem asiatischen Markt. Sie agieren jedoch häufig als Katalysatoren für einen Erwerb eines westlichen Unternehmens durch chinesische Industrieunternehmen.

Welche Risiken bestehen?

Die Erfolgchancen einer deutsch-chinesischen Transaktion hängen stark vom Willen der handelnden Personen ab. Kümmert sich der Käufer nur wenig um die Neuaquisition, so entsteht schnell ein Kommunikationsdefizit und dem erworbenen Unternehmen fehlt die notwendige strategische Ausrichtung. Erfolgt andererseits zu viel Einmischung ins Tagesgeschäft, besteht die Gefahr der Erodierung des Stammgeschäftes.

Macht es Sinn auf der Hannover Messe zu suchen?

Die Hannover Messe ist als Leistungsschau sicherlich ein guter erster Schritt, um sich über mögliche chinesische Partner einen groben Überblick zu verschaffen. Es ist allerdings zu beachten, dass nur ein Bruchteil der infrage kommenden chinesischen Firmen dort präsent ist und sich Kooperationsgespräche besser und gezielter abseits von großen Branchentreffen führen lassen.

CombiTac - das modulare Steckverbinder-System

www.staubli.com

Durch den modularen Aufbau und die große Auswahl an Bestückungsvarianten für Pneumatik-, Flüssigkeits-, Energie- und Datenleitungen kann die Baureihe ideal auf Ihre Anforderungen abgestimmt werden. Somit erhalten Sie zentrale und verwechslungssichere Anschlüsse für mehr Produktivität und Sicherheit.

schnell. sicher. effizient.

Stäubli Tec Systems GmbH
Tel. + 49 921 883-80
connectors.de@staubli.com



CONNECTORS

STÄUBLI

VITA

Wolfgang Wagner

Als Mitglied im Partnerteam unterstützt Wagner seit 2012 die internationale Strategieberatung L.E.K. Consulting. Er war unter anderem als Vorstand Unternehmensentwicklung beim Maschinenbauer Müller Weingarten tätig.