

IM FOKUS: GRAMMER

„Der Innenraum muss flexibler werden“

Grammer ist in den Segmenten Pkw und Nutzfahrzeuge aktiv. Der Unternehmensbereich **AUTO-MOTIVE** liefert Produkte für komfortable Interieurs wie Kopfstützen, Armlehnen und Mittelkonsolen. Dank dessen ist das Unternehmen ein bewährter Systemlieferant.



1) Mittelkonsole made by Grammer, verbaut bei BMW.

2) Hartmut Müller leitet seit fünf Jahren das im S-Dax notierte Unternehmen.

3) Mercedes-Benz stützt sich auf Grammer: hier die Kopfstütze für den SLR.



Bilder: Grammer

Grammer übertraf schon in den ersten Monaten des Jahres die Umsatzerwartungen der Analysten. Und die Annahme, dass Ende 2015 der Umsatz erneut Pluszeichen aufweist, ist realistisch, trotz der anhaltenden Abschwächung in den Nutzfahrzeugmärkten. Sicherer Umsatztreiber ist aber erneut der Automotive-Bereich. Dabei helfen neue Projekte und die stabile Lage der OEMs. Diese Basis bescherte schon in den Vorjahren gute Kennzahlen. Das bedeutet für den Vorstandsvorsitzenden Hartmut Müller indes nicht, dass er sich auf den Erfolgen ausruht. Darum flossen von der Investitionssumme in Höhe von 51,5 Millionen Euro 64 Prozent in den Bereich Automotive. Dessen Erfolg nährt sich im Wesentlichen von deutschen OEMs. Das ist auch Ursache des aktuell hohen europäischen Umsatzanteils. Darum forciert Grammer die Globalisierung.

„Das Unternehmen Grammer hat sich in den letzten Jahren zu einem internationalen Konzern entwickelt und wir haben uns als ‚global Player‘ in der Auto- und Nutzfahrzeugindustrie etablieren können. Traditionell liegt unser Hauptgeschäft auch weiterhin in Europa. Die anderen Regionen werden aber weiter deutlich ‚aufholen‘ und somit unsere Umsatzverteilung weniger stark europäisch prägen.“

Darum überschreitet Grammer Grenzen: „Der NAFTA-Raum, in dem Grammer sowohl in den USA als auch in Mexiko mit Produktions-, Entwicklungs- und Vertriebsstätten seit vielen Jahren vertreten ist, wird auch zukünftig ein starker Wachstumsmarkt für Grammer sein. Dafür haben wir in den letzten beiden Jahren unsere Fertigungs- und Entwicklungskapazitäten vor Ort weiter ausgebaut und einen neuen Standort als US-Zentrale in Tupelo, Mississippi, eröff-

net sowie die beiden Werke in Mexiko stark erweitert.“

„Parallel zum Werksaufbau wurden alle Fertigungslinien aus dem Standort in Hudson, Wisconsin, in das neue Werk im Süden der USA verlagert. Hudson fungiert weiterhin als Vertriebs- und Entwicklungsstandort.“ Ab 2016 werden in Tupelo Mittelkonsolen für den lokalen Automobil-Markt gefertigt.

Ebenso nimmt Grammer Asien ins Visier: „Auch China wird ein weiterer wichtiger Wachstumstreiber in beiden Segmenten in den kommenden Jahren sein. Wir sind seit über zehn Jahren in China vertreten und fertigen lokal in allen unseren Produktsegmenten. An den Standorten Shanghai, Changchun und Beijing fertigen wir Armlehnen, Kopfstützen und Mittelkonsolen für internationale und chinesische OEMs. In Tianjin und Jiangsu wurden die Fertigungskapa-

zitäten für gefederte Nutzfahrzeuge für den lokalen Markt und den Export ausgebaut.“ In den Regionen NAFTA und China plant das Management in den nächsten fünf Jahren ein organisches Umsatzwachstum von jeweils zehn bis 15 Prozent pro Jahr.

„Die sogenannten Megatrends unterstützen unsere ehrgeizigen Wachstumsziele. Neben dem Bevölkerungswachstum spielt hier die Urbanisierung eine entscheidende Rolle. Im Jahr 2050 werden mehr als 70 Prozent der weltweiten Bevölkerung in Städten leben“, sagt Müller. Seine Überlegung: „Die Innenausstattung ist bereits heute von hoher Bedeutung für die Kaufentscheidung und wird zukünftig ein immer wichtigeres Differenzierungsmerkmal für die Fahrzeughersteller werden.“

Das ist eine Herausforderung: „Immer mehr Elektronik wird in die Mittelkonsole/Armlehne integriert werden. Funktionen und Bedienelemente „wandern“ vom Armaturenbrett in die Mittelkonsole. Damit steigt vor allem die Ergonomie für den Fahrer/Beifahrer. Die ergonomisch optimierte Mittelkonsole bzw. Armlehne wird immer mehr zur „Schaltzentrale“ und zum Info-Point für alle Anwendungen im Auto für Multimedia, Entertainment und Connectivity.“ Stichwort: Systeme wie autonomes Fahren. Dazu Müller: „Der Innenraum muss immer flexibler werden und sich den verschiedenen Fahrsituationen anpassen können. Beim automatisierten Fahren wird es Fahrsituationen geben, bei denen der Fahrer selbst lenkt und Situationen bei denen er sich

DAS UNTERNEHMEN IN ZAHLEN			
Die Zahlen		in Mio. Euro	
Umsatz 2014	1.365,9	Umsatz 2013	1.265,70
Automotive 2014	911,6	Automotive 2013	813,3
Konzern-EBIT 2014	57,0	Konzern-EBIT 2013	58,0
Ergebnis n. Steuern 2014	33,6	Ergebnis n. Steuern 2013	29,6
Mitarbeiter	10.700		
Größte Anteilseigner:			
DWS Investment (5,18 Prozent), Wynnefield (5,17 Prozent), EQMC (5,10 Prozent) BNP Paribas Investment (5,02 Prozent), Dimensional (5,01 Prozent).			
Struktur:			
Das Unternehmen gliedert sich in die Segmente Seating Systems und Automotive.			
Führung:			
Hartmut Müller ist seit dem 1. August 2010 Vorstandsvorsitzer.			

zurücklehnen, entspannen, kommunizieren oder arbeiten kann. Entsprechend flexibel und variabel müssen die Innenraumkomponenten sein: Kopfstützen, die nicht nur bei einem Auffahrunfall schützen, sondern auch maximalen Komfort in einer „Relax-Phase“ des Fahrens bieten.“

Die Konsequenz: „Die Sitze können dann zum Beispiel auch drehbar beziehungsweise in eine Relax-Position verstellbar sein. Dadurch muss insbesondere die Mittelkonsole als zentrale Bedien- und Kommunikationseinheit variabler werden und sich den diversen Positionen und Situationen anpassen.“ Es ist denkbar, dass jeder Sitz eine multifunktionale elek-

tronische Sitzarmlehne enthält, ähnlich wie in modernen Nutzfahrzeugen. „Auch beim Lkw wird das automatisierte Fahren Einzug halten. Neben dem reinen Fahren wird der Fahrer dann beispielweise administrative Aufgaben am PC übernehmen oder Ruhepausen einlegen können.“

Grammer sieht sich dafür gut gerüstet: „Um diese Trends und künftige Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und die daraus gewonnenen Erkenntnisse in unsere Produktentwicklungen und -ideen einfließen zu lassen, haben wir bereits vor vielen Jahren einen speziellen Bereich „Strategische Produktplanung“ geschaffen.“ *Christiane Habrich-Böcker* ■

Kommentar von Prof. Dr. Bernd Gottschalk

Fantasie, mobile Sicherheit und Komfort

Wer je geglaubt hat, das Geschäft mit Kopfstützen, Armlehnen oder Mittelkonsolen sei ein Geschäft ohne Fantasie, der hat die Rechnung ohne Grammer gemacht. Mal ist es der Blick auf mögliche Zukäufe von Spezialisten für Elektronik oder hochwertige Oberflächen, die geschickt ins Gespräch gebracht werden, mal ist es eine Dividendenerhöhung, mal ein erfolgreicher Jahresstart, speziell der boomenden Automotive-Sparte. Die Partituren kommen gut an auf dem Parkett. Da kann selbst die eingetrübte Marktlage im Seating-Bereich die meisten der Analysten nicht vom „Buy-Rating“ für Grammer abbringen. Tatsache ist: Der Wachstumskurs von Grammer ist eine gute „Story“, zumal auf diesem Feld niemandem etwas geschenkt wird. Auch die Margen zeigen das. Das Überraschende ist: Grammer wächst auch dann, wenn zum Beispiel der Landmaschinenmarkt schwächelt, der chinesische Nutzfahrzeugmarkt rückläufig ist oder der Einbruch in Brasilien jede Planung über den Haufen wirft. Grammer entwickelt dennoch eine Perspektive für einen Umsatzanstieg in 2015.

Mehr denn je steht der Automotive-Sektor im Mittelpunkt, der schon bald die Milliarden-Hürde geknackt haben dürfte bei einem erwarteten Gesamtumsatz von über 1,4 Mrd. Euro. Dazu tragen In-

Beurteilt exklusiv für AUTOMOBIL PRODUKTION die Lage führender Zulieferer: Professor Dr. Bernd Gottschalk, Geschäftsführer Auto-Value und ehemals VDA-Präsident.

novationen oder die gewachsene Stellung im Premiumbereich bei. Die Internationalität ist stark gewachsen. Grammer ist in 20 Ländern tätig. Das überproportionale Wachstum in Asien/Pazifik überzeugt. Die Auftragsbücher sind gut gefüllt. Solide Arbeit ist offensichtlich kein so schlechtes Rezept um die Fantasie der Anleger zu befeuern. Durchschnittlich 138 000 täglich gehandelte Aktien zeigen, dass Grammer einer der liquides-ten, gefragtesten Small-Cap-Werte ist. Bei über 73 Prozent Free Float hat die Fantasie immer auch eine eigene, besonders sprudelnde Quelle. „Bequem sitzen“, mag zwar ein guter Slogan für die Produkte des Seating-Bereichs sein, im hochwettbewerblichen Umfeld hat sich Grammer aber einer höchst aktiven Strategie verschrieben. Und das ist gut so.

