

# IM FOKUS: POLYTEC

## Schneller Neustart nach der Krise

Das ein guter **RESTRUKTURIERUNGSPLAN** durchaus sehr schnell zum Erfolg führt, zeigt das Beispiel des österreichischen Zulieferers Polytec. Und noch eine Lehre wird deutlich: Wenn das Management nicht voll hinter dem Sanierungsplan steht, geht es auch nicht wieder bergauf...



Bilder: Polytec

1) Das Show-Car demonstriert neue Entwicklungen aus dem Hause Polytec. 2) Die Polytec-Zentrale im oberösterreichischen Grieskirchen. 3) Der Dachspoiler von Audis Kleinstem, dem A1, ist „made by Polytec“. 4) Für Daimler liefern die Österreicher die Zylinderkopfschrauben oder aber 5) die Türinnenverkleidung für Mercedes-Cabriomodelle.

Die Krise traf hart. Doch die rasche Restrukturierung der Polytec Group, Lieferant von Produkten die auf Kunststoff und Naturfaserverbundwerkstoffen basieren, ist geschafft. Dass der Abschwung schnell gekontert werden konnte, ist der Sanierungsstrategie und dem Aufschwung zu verdanken. Das goutierte die Börse mit einem fulminanten Kursgewinn.

Doch der Reihe nach. Durch den fremdfinanzierten Kauf der Peguform Group war Polytec ins Schlingern geraten. Die Rechnung wurde jedoch ohne die Krise gemacht, denn die Bedienung der Kredite geriet in Gefahr. Im Mai 2009 verkündete das Management dann einen harten Sanierungsplan. Darin stand eine Reorganisation, die Abgabe der Peguform und die Restrukturierungsfinanzierung

durch die Raiffeisenlandesbank. Die Absicherung garantierte Hauptanteilseigner Friedrich Huemer. „Hätte ich nicht hinter dem Sanierungskonzept gestanden, wäre die Gruppe garantiert heute zerschlagen.“



CEO und Hauptaktionär Friedrich Huemer stand hinter dem Sanierungsplan.

Dass Polytec den Turnaround schaffte, war schon 2010 klar. Der Umsatz belief sich am Ende auf 770 Millionen Euro, ein Plus von 27 Prozent. Die Nettoverschuldung wurde um mehr als die Hälfte gesenkt. Das lag über den Planungen.

Nun kann sich das Unternehmen der Zukunft zuwenden. „Dazu gehört, dass wir uns noch mehr auf unsere Stärken konzentrieren. Aber es kommt auch eine neue Herausforderung durch die massiven Preiserhöhungen im Rohstoffbereich dazu“, so CEO Huemer. „Wir versuchen diese zwar so weit wie möglich durch geschickten Einkauf abzufedern, aber das Potenzial ist natürlich begrenzt. Dadurch ist es essenziell, wie die Verhandlungen bei Kunden laufen.“

Zum Restart gehörten auch verstärkte Vertriebsaktivitäten, die neue Kunden

bescherten. Das Who is Who der Industrie füllt die Orderbücher. Der Aufwärtstrend führt auch dazu, dass mindestens ein Standort ausgebaut wird. „Bislang war unser Hauptabsatzgebiet der Pkw-Sektor. Aber ich denke, dass sich das Verhältnis in den kommenden fünf bis sechs Jahren zugunsten der Lkw-Hersteller verändern wird.“

Das Angebot im Automotive-Bereich ist in zwei Divisionen unterteilt: Automotive Systems und Car Styling, die wiederum in vier Kompetenzbereiche (Components, Interieur, Composites und Car Styling) eingeordnet sind.

Das Segment Components produziert vor allem Spritzgussteile für den Motorraum wie unter anderem Zylinderkopfhäuben, Motorraumabdeckungen, Ausströmer und Säulenverkleidungen wie jene im Porsche Cayenne.

Im zweiten Fachbereich, Interior, werden unter anderem BMW, Mercedes und die Volkswagen-Gruppe mit Türverkleidungen, Dachhimmeln, Ladeböden und Kofferraumverkleidungen bedient.

Im dritten Bereich, Composites, stellt das Unternehmen faserverstärkte Kunststoffteile primär für den Nutzfahrzeugsektor her. MAN, Daimler und Scania beziehen zum Beispiel von dieser Division.

Das Segment Car Styling arbeitet unter anderem für Ford, Volvo und Aston Martin. „Der Bereich gestaltet, entwickelt und produziert gemeinsam mit der Automobilindustrie sowohl Serien- als auch Original-Zubehörteile aus Kunststoff und Metall für die Innen- und Außenausstattung von Pkws“, umschreibt das Unternehmen den Leistungskatalog.

## DAS UNTERNEHMEN IN ZAHLEN

### Die Zahlen

<b>Umsatz</b>	770,1 Mio Euro	<b>EBITDA (2010)</b>	54,3 Mio. Euro
<b>Mitarbeiter</b>	5 881	<b>EBITDA-Marge (2010)</b>	7 Prozent
<b>Standorte</b>	29 weltweit	<b>Net-Profit-Marge</b>	3,3 Prozent

### Prognose:

Für das Geschäftsjahr 2011 spricht man von einem leichten organischen Umsatzwachstum. CEO Huemers angepeiltes Ziel sind rund 800 Millionen. Das Betriebsergebnis 2011 wird voraussichtlich überproportional wachsen: „Dies ist auf die weiterhin konsequente Umsetzung von operativen Strukturmaßnahmen, Erhöhung der Produktivität und Senkung der Kosten sowie auf die allgemein gute Konjunkturerwartung zurückzuführen“, sagt das Unternehmen.

### Gruppe:

Polytec wurde 1986 in Grieskirchen (Oberösterreich) gegründet. In den vergangenen zehn Jahren entwickelte sich das Unternehmen vom Hersteller industrieller Kunststoffteile zum Systemlieferanten, der die komplette Prozesskette abdecken kann.

### Produkte:

Entwicklung und Fertigung von Produkten aus Kunststoff- und Faserverbundwerkstoffen für den Fahrzeuginnenraum sowie für das Exterieur von Pkws und Nutzfahrzeugen.

### Leitung:

Friedrich Huemer, Gründer, Vorstandsvorsitzender und CEO, Alfred Kollros, COO sowie Finanzvorstand Peter Haidenek.

Größter Kunde 2010 war BMW (21,9 Prozent vom Umsatz), dichtgefolgt von Volkswagen mit 21,8 Prozent.

Beim Thema Leichtbau ist Polytec gerüstet. „Wir sehen das positiv. Wir werden von unseren intensiven Neuentwicklungen im Composite-Bereich profitieren. Aber umgekehrt wird natürlich der

Spritzgussbereich zurückgehen. Aber das kann mit Sicherheit mehr als kompensiert werden.“ Dass das Unternehmen den Aufschwung begleiten kann, zeigt die Zwischenbilanz 2011: So konnte der Umsatz im ersten Quartal auf 200,8 Millionen (21,9 Prozent) gesteigert werden.

*Christiane Habrich-Böcker* ■

## Kommentar von Prof. Dr. Bernd Gottschalk, AutoValue

### Polytec ohne Huemer ist wie Wien ohne Philharmoniker ...

... oder Salzburg ohne Festspiele. „Passion creates innovation“ ist das Firmenmotto, und man braucht nicht viel Fantasie um zu erkennen, dass „passion“ für „Huemer“ steht. Aber so wie in Salzburg selten eine Festspielsaison ohne Überraschung abläuft, so ist auch die Polytec-Geschichte voller Überraschungen, Innovationen, aber auch Irritationen. Innovationen zweifelsohne bei Kunststoffen oder Faserverbund-Produkten ob für Türen, Sitze, Kofferraum und Cockpit oder „under the hood“. Innovationen aber auch bei notwendig gewordenen finanziellen Re-Strukturierungen, bei Agreements mit den Banken oder dem Verkauf von Peguform. Irritationen, weil der Gründer immer wieder Übernahmegerüchte zerstreuen musste: „Complete nonsense“.

Musik in den Ohren der Aktionäre dürfte vor allem sein, dass die Nettoverschuldung um mehr als 50 Prozent reduziert wurde. Noch mehr Wohlklang gab es durch die Zahlen des 1. Quartals 2011 mit einem überproportionalen Ergebnisanstieg und beeindruckenden Margen. An Mut und aufregenden „Interpretationen“ des Polytec-Kunststoff-Konzerts hat es dem Dirigenten nie gefehlt. „Maestro“ Huemer spielt schon wieder die strategische Weiterentwicklung, bei der das alte Motto „Wachstum durch Akquisition“ noch immer durchschimmert, ergänzt und präzisiert durch den Hinweis: „geografisch als auch kundenseitig“. Der Vorhang für die große Bühne ist längst auf und wer am Dirigentenpult steht und den Takt vorgibt, war ohnehin klar.



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