

# IM FOKUS: MANN+HUMMEL

## Über eine Milliarde mehr

Bis 2018 soll der Umsatz der Ludwigsburger auf 3,4 Milliarden Euro steigen. Dies will die Geschäftsführung um Chef Alfred Weber beispielsweise über eine weitere **DIVERSIFIZIERUNG** der Geschäftsbereiche und stärkeres regionales Wachstum in Asien und Amerika erreichen.



1) Saugrohrproduktion in Sonneberg: Endprüfung auf Funktion und Dichtheit. Der Thüringer Standort wird gerade erweitert. 2) Ingenieure bei der Akustikprüfung im Schallmessraum am Mann+Hummel-Hauptsitz in Ludwigsburg. 3) Luftfiltersystem für den Mercedes-Benz ML 450 Hybrid: bestehend aus Luftfiltergehäuse, Reinluftleitung mit Faltenbalg und Rohluftleitung. Das trapezförmige Luftfilterelement bietet trotz geringer Faltenhöhe eine große Oberfläche.



Bilder: Mann+Hummel

Jeweils rund 25 Prozent sollen die Regionen Asien sowie die beiden amerikanischen Kontinente zum künftigen Gesamtumsatz des Konzerns beitragen. Das wäre bis 2018 fast eine Verdreifachung des Asienumsatzes, der sich 2010 noch auf 16 Prozent oder rund 353 Millionen der konzernweit erwirtschafteten 2,18 Milliarden Euro belief. Jüngst hat Alfred Weber, Vorsitzender der Mann+Hummel-Geschäftsführung, beim jüngsten Besuch einer chinesischen Delegation aus der Provinz Jilin am Hauptsitz des Konzerns in Ludwigsburg die Bedeutung des Marktes betont: „China ist einer unserer wichtigsten Wachstumsmärkte.“

Vor Ort in Changchun unterhält die Gruppe ihr größtes Werk für Kraftstoffvorfiltersysteme. Dort werden auch Kurbelgehäuseentlüftungen produziert. Zwei weitere Mann+Hummel-Standorte in

China existieren in Shanghai und Jinan. Gesteuert wird das komplette Asien-Pazifik-Geschäft des Konzerns von der Metropole Shanghai aus.

### Organisch wachsen und zukaufen

Europa soll nach Willen der drei Geschäftsführer statt derzeit über 60, dann noch 50 Prozent beitragen. Das wären laut den Planungen aber absolut immer noch über 370 Millionen mehr als die rund 1,33 Milliarden Euro Europaumsatz aus dem Geschäftsjahr 2010. Auch der Absatz in Amerika müsste bis 2018 um 355 Millionen auf rund 850 Millionen Euro – wie in Asien – gestiegen sein.

Dieses Wachstum soll organisch sowie durch Zukäufe gelingen. Zudem wird diversifiziert: 2018 sollen die drei Bereiche Automotive-Serien- und Ersatzteilgeschäft sowie Non-Automotive, je ein Drittel des Umsatzes erwirtschaften.

Noch steuern beide Automotive-Bereiche 87 Prozent zum Gruppenumsatz bei und machen Mann+Hummel zur Nummer 84 der 100 größten Automobilzulieferer weltweit (siehe [www.automobilproduktion.de/top-100-2011-12/](http://www.automobilproduktion.de/top-100-2011-12/)).

Mit dem Non-Automotive-Bereich Wasserfiltration besetzt die Gruppe sogar ein neues Feld. Weber formuliert das so: „Wir wollen in allen drei Bereichen wachsen, denn unsere Vision ist: Leadership in filtration.“ Bei einem „weltweiten Markt für Filtrationsapplikationen mit einem Volumen von rund 40 Milliarden Euro“ gebe es noch einiges Potenzial.

### Zweiter Supplier Award von Bosch

Das alles klingt engagiert und ist es auch, denn immerhin hat die Gruppe ihren Umsatz seit 1999 durchschnittlich pro Jahr um 9,1 Prozent gesteigert. 2010 war sogar das bisher beste Jahr in der 70-jäh-

## ZAHLEN / DATEN / FAKTEN

## Mann+Hummel GmbH

<b>Umsatz 2010</b>	2,18 Mrd. Euro	<b>Umsatzrendite 2010</b>	6,8%
<b>davon Automotive</b>	1,9 Mrd. Euro	<b>Eigenkapitalquote</b>	482 Mio. Euro
<b>EBIT 2010</b>	149 Mio. Euro	<b>Freier Cashflow</b>	110 Mio. Euro
<b>FuE-Anteil 2010</b>	86 Mio. Euro, 4%	<b>Investitionen 2010</b>	186 Mio. Euro

Quelle: Unternehmensangaben/gw

**Konzern:**

Mann+Hummel, 1941 als Kfz-Zulieferer gegründet, ist als Entwickler und Hersteller von Filtrationstechnik einer der führenden Lieferanten in den Bereichen Automotive (OE und Nachrüstung) sowie auch bei Industrieanwendungen. Die aktuelle Nummer 84 im Ranking der 100 weltweit größten Automobilzulieferer und einer der Top 20 deutschen Lieferanten ist an 41 Standorten global vertreten. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Ludwigsburg beschäftigt rund 13 200 Mitarbeiter, davon fast 5 700 in Deutschland. Über 60 Prozent des Gesamtumsatzes wird derzeit noch in Europa erwirtschaftet.

**Produkte:**

Luftfilter-, Saug- und Flüssigkeitsfilter-Systeme, Innenraumfilter und Zylinderkopfhauben aus Kunststoff für die Automobilindustrie sowie Filterelemente für die Kfz-Wartung und -Reparatur. Für den Maschinenbau, die Verfahrenstechnik und die industrielle Fertigung umfasst das Portfolio Filter, Filteranlagen und Anlagen, ein Programm zur Senkung von Rußemissionen in Dieselmotoren, Membranfilter für die Wasserfiltration sowie Geräte zum Fördern, Dosieren und Trocknen von rieselfähigen Kunststoffen.

**Konzerngeschäftsführung:**

Haben sich für 2018 hohe Ziele gesteckt (von links): Frank B. Jehle, stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsführung; Alfred Weber, Vorsitzender der Geschäftsführung; Manfred Wolf, Geschäftsführer Geschäftsbereich Automobil + Industrie.

**Marktumfeld:**

Zu den größten Wettbewerbern von Mann+Hummel gehören 3M, Cummins, Delphi, Donaldson, Freudenberg, Hengst, Honeywell, Mahle, Sogefi und Toyota Boshoku. gw

rigen Unternehmensgeschichte, wie Weber erklärt. Für 2011 sieht er die Baden-Württemberger „weiter auf Erfolgskurs, auch wenn sich das Wachstum gegenüber dem Vorjahr abschwächen wird“. Deren Leistungen wissen auch Kunden aus der Nachbarschaft zu würdigen: Gerade wieder erhielt man den Supplier Award von Bosch – zum zweiten Mal.

Und Mann+Hummel investiert kräftig: Am thüringischen Standort Sonneberg mit derzeit rund 500 Mitarbeitern wird beispielsweise gerade das Fertigungsareal für die Serienproduktion eines neuen Saugrohrs um rund 1 100 Quadratmeter erweitert. „Insgesamt setzen wir allein in Deutschland 2011 Investitionen in Grundstücke, Gebäude, Ausstattung, Infrastruktur und Produktionsanlagen in Höhe von über 45 Millionen Euro um“, sagt Weber. Bereits 2010 wurde eine neue Schmelzkernanlage für die Herstellung von Saugrohren in Ludwigsburg aufgestellt. „Jährlich belaufen sich unsere Investitionskosten auf durchschnittlich vier Prozent des Gruppenumsatzes“, erklärt der Gruppen-Chef.

Das Unternehmen steckt rund weitere vier Prozent seines Umsatzes pro Jahr in Forschung und Entwicklung – und nicht nur in optimierte Lösungen für Verbrennungsmotoren. Ein Teil fließt auch in alternative Antriebe: Deutschlands meistgekauftes Erdgasauto, der Opel Zafira, ist genauso mit Mann+Hummel-Komponenten ausgestattet wie der Mercedes ML 450 Hybrid oder der Chevrolet Volt. Derzeit laufen allein mehr als zehn Projekte im Bereich Elektromobilität.

Andreas Gottwald ■

## Kommentar von Prof. Dr. Bernd Gottschalk, Autovalue GmbH

## Globale Schwaben

Anfragen potenzieller Investoren und Käufer dürfen bei Mann+Hummel erfolglos sein. Das Unternehmen ist im Familienbesitz und will es bleiben. Denn das hat nicht daran gehindert, einer der größten und respektiertesten Konzerne für Auto-Komponenten zu werden. Im Gegenteil: „Starke Wurzeln sorgen für gesundes Wachstum“, so die eigene Philosophie. Überhaupt liefert Mann+Hummel viele Beweise für Möglichkeiten und Entwicklungen, die Familienunternehmen oft nicht zugetraut werden: zum Beispiel, dass Corporate Governance, Code of Conduct, Compliance oder die Sozialcharta einen so hohen Stellenwert haben können. Mann+Hummel bekennt sich aber ausdrücklich zu einer wertorientierten Unternehmensführung mit hohem Verantwor-

tungsbewusstsein für Mitarbeiter und Kunden. Integrität, Führung, Teamarbeit, Bestleistung und Respekt werden in Ludwigsburg gelebt. Oder dass Globalisierung und Familienunternehmen bestens vereinbar seien und sich 41 Standorte weltweit managen lassen, und dass man in Autoindustrie und im Maschinenbau gleichermaßen fest verankert sein kann. Deshalb traut man den Schwaben auch zu, die ehrgeizigen neuen Ziele zu stemmen, allen voran bis 2018 auf 3,4 Milliarden Euro wachsen zu wollen. Umsicht und Besonnenheit sind für Mann+Hummel unverrückbare Leitplanken einer an finanzieller und bilanzieller Stabilität sowie langfristiger Unternehmenssicherung ausgerichteten schwäbischen Politik. Globale Schwaben sind so!



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

# „Wir optimieren kontinuierlich“

Der Chef von **MANN+HUMMEL** erwartet – trotz vieler Risiken – für 2011 grundsätzlich eine anhaltend gute Entwicklung und will bis 2018 den Umsatz auf 3,4 Milliarden Euro um über die Hälfte steigern. Dabei setzt er auf traditionelle Stärken: die solide Finanzpolitik, die Innovationskraft und die etablierten Marktstrukturen der Gruppe.

**AUTOMOBIL PRODUKTION:** Herr Weber, wie haben Sie das massive Wiederanziehen des Geschäfts nach der Krise verkraftet?

Bei dem unerwartet schnellen und steilen Aufschwung im vergangenen Jahr sind wir von der Kurzarbeit sozusagen direkt in die Vollbeschäftigung und dann in die Mehrarbeit gelaufen. Unsere Mitarbeiter haben das mit viel Engagement und Leistungsbereitschaft mitgetragen. Die Firma hat zusammengehalten. Unsere solide Finanzpolitik über die Jahre hinweg hat sich ebenfalls ausgezahlt.

**AUTOMOBIL PRODUKTION:** Warum erwarten Sie für 2011 ein sich abschwächendes Wachstum?

Es gibt eine ganze Reihe von Risiken: Sehen Sie die Situation in den USA und die Schuldenkrise im Euroraum. China wächst stärker, als dem Land gut tut. Die Wirtschaft droht zu überhitzen, es entwickelt sich eine Immobilienblase, und bislang ist es nicht gelungen, die Inflation – wie zu Jahresbeginn prognostiziert – auf vier Prozent zu halten. Die Erdbeben, der Tsunami und die Reaktorkatastrophen in Japan verursachten vor Ort erhebliche Produktionsausfälle und ökonomische Belastungen. Deren Auswirkungen auf die weltweite Konjunktur bleiben jedoch vermutlich moderat und von geringer Dauer. Die politischen Umbrüche in der arabischen Welt könnten sich negativ auf die Erdölförderung auswirken und die Weltwirtschaft belasten. Weltweit steigende Rohstoff- und Energiekosten führen zu steigenden Produktionskosten. Werden sie in Verkaufspreise inkludiert, wird das die private Kaufkraft schwächen und eventuell den privaten Konsum reduzieren. Die Preise steigen 2011 vermutlich global um durchschnittlich 3,8 Prozent. Experten rechnen mit steigenden Zinsen, was entsprechenden Einfluss auf die Konjunkturentwicklung haben könnte.

**AUTOMOBIL PRODUKTION:** Wie wollen Sie denn Ihre Ziele für 2018 erreichen?

Letztlich sind es drei wesentliche Faktoren, die unsere Wachstumsambitionen unterstützen. Unsere gewachsene Präsenz, unsere Erfahrung im internationalen Projektgeschäft und unsere Diversifizierungsaktivitäten: In den wachstumsstarken



BRIC-Staaten sind wir seit Jahren etabliert und verfügen dort über belastbare und ausbaufähige Produktions- und Vertriebsstrukturen. Wir kennen die Märkte und sind bei unseren Kunden vor Ort. Mit unseren Teams an über 40 Standorten weltweit sind wir in der Lage, komplexe internationale Projekte für unsere Kunden über Kultur- und Landesgrenzen hinweg zu handeln. Im Bereich Non-Automotive setzen wir zudem auf Diversifizierung. Wir sind vor zwei Jahren in den Bereich der Wasserfiltration eingetreten und bauen dieses Geschäft stark aus. Weitere neue Filtrationsbereiche werden folgen.

**AUTOMOBIL PRODUKTION:** Wie gehen Sie mit dem steigenden Kostendruck um?

Wir halten dagegen, indem wir uns über innovative und nachhaltige Produkte differenzieren und die Qualität bei Produkten und Prozessen kontinuierlich optimieren, beispielsweise hinsichtlich Materialverbrauch – Stichwort: Design to Manufacturing. Zudem vereinheitlichen und vereinfachen wir Materialien. Wir arbeiten parallel an neuen Materialien und ersetzen zunehmend Metall durch Kunststoffe. Der Trend geht hin zu ökologischen Recycling- und Biokunststoffen. Unser Konzerneinkauf hat eine Lieferantenbasis geschaffen, auch für Arbitragegeschäfte, um so die Abhängigkeit von nur ein oder zwei Lieferanten zu vermeiden und ausweichen zu können. Die Vertragslaufzeiten optimieren wir. Wir bilden Einkaufskooperativen und Interessengruppen.

**AUTOMOBIL PRODUKTION:** Auf welche Automotive-Innovationen setzen Sie denn künftig?

Wir fahren mehrspurig, mit einem Schwerpunkt auf Lösungen für den Verbrennungsmotor. Auf unserer Agenda stehen Gewichts- und Emissionsreduktion, Ressourcenschonung und Recycling, neue Materialien und nachhaltige Produktionsprozesse. Wir entwickeln aber auch Lösungen für Fahrzeuge mit alternativen Antrieben, etwa um das Wasser im Kühlkreislauf von Brennstoffzellen-Stacks aufzubereiten, oder Systeme, die den Druck und die Luftfeuchtigkeit in Lithium-Ionen-Batterien regulieren. *Das Interview führte Andreas Gottwald* ■