

TOP-TIPP
SPEKULATIV



Unternehmens-Steckbrief	
Unternehmen	Greiffenberger AG
Sitz	Marktredwitz/Ofr.
CEO	Stefan Greiffenberger
Mitarbeiter	945
Großaktionäre	Greiffenberger Holding 55,8 % Baden-Württembergische Versorgungsanstalt 6,2 %
Nettoverschuldung	40,4 Mio. €
Eigenkapitalquote	25,1 %
Umsatzwachstum Ø 10-13e	7,6 %
Gewinnwachstum Ø 10-13e	44,2 %
Analysten	Kaufen 1 Halten 0 Verkaufen 0

Qualität hat bei Greiffenberger oberste Priorität. Daher ist die Hochpräzisionsmessung von Stirnrädern, die in Getrieben zum Einsatz kommen, enorm wichtig.

Kein Sand mehr im Getriebe

Das mittelständische Industrieunternehmen Greiffenberger hat die Krise 2009 gut überstanden. Auf Basis der Gewinnprognosen für die kommenden Jahre ist das Papier ein Schnäppchen.

GREIFFENBERGER

589 730

Elfriede K. ist 78 Jahre alt. Seit ihrer Knieoperation im Januar 2011 hat sie Probleme mit dem Treppensteigen. Aus diesem Grund hat sich die Großmutter von vier Enkelkindern einen Treppenlift zugelegt, um in ihrer Wohnung in Berlin-Neukölln die Stufen vom Erdgeschoss ins erste Geschoss problemlos zurücklegen zu können. Doch Elfriede K. fühlt sich mit ihrem Treppenlift gar nicht wohl. Das Gerät ist laut und ruckelt öfters.

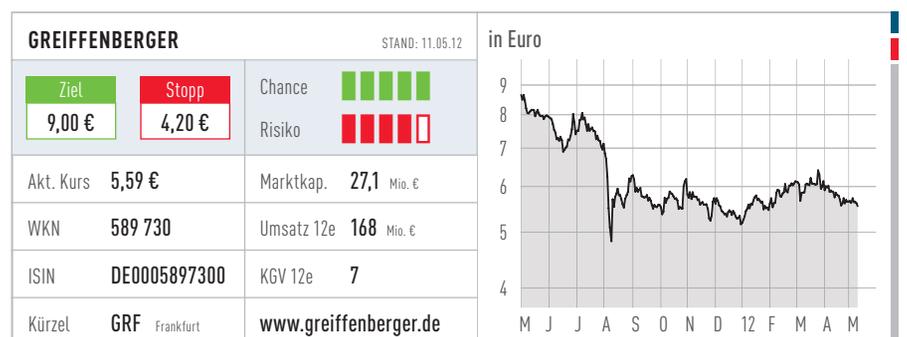
Hier kommt die Greiffenberger AG ins Spiel, die spezielle Elektromotoren für diesen Anwendungsbereich herstellt. Der sogenannte Sinochron-Motor aus dem Haus der Tochter ABM Greiffenberger arbeitet geräuschlos und ruckelfrei.

Doch nicht nur in Treppenliften kommen diese Motoren zum Einsatz.

ABM-Motoren schnell amortisiert

Neben der Medizintechnik ist die Lagerlogistik ein wichtiges Einsatzfeld für Sinochron-Motoren, mit denen sich der Energieverbrauch im Vergleich zu kon-

ventionellen Elektroantrieben um bis zu 40 Prozent senken lässt. Bei größeren Anlagen, in denen sehr viele Motoren zum Einsatz kommen, sind dadurch Kosteneinsparungen im sechsstelligen Euro-Bereich möglich. Damit amortisiert sich der relativ geringe Mehrpreis häufig in weniger als einem Jahr.



men hat ein Verfahren zur Schlauchproduktion auf Basis von Glasfaserverstärkten Kunststoffen entwickelt, das weltweit einzigartig ist. In Deutschland werden jährlich 1,6 Milliarden Euro für die Kanalsanierung ausgegeben, davon 20 Prozent für die unterirdische Bauweise – Tendenz steigend.

Zwar wird die Wachstumsrate aus dem ersten Quartal (24,7 Prozent) nicht auf das Gesamtjahr übertragbar sein, sagt Konzernchef Stefan Greiffenberger, doch wird BPK das wachstumsstärkste Standbein sein. Zudem kann die Tochter nach dem Komplettumzug nach Velten jetzt durchstarten.

Sehr günstige Bewertung

Für das Geschäftsjahr 2012 erwartet Analyst Leopold bei einem Umsatz von 163 Millionen Euro einen Gewinn von 81 Cent pro Aktie. 2013 sei mit Erlösen von 169 Millionen Euro und einem Ergebnis von 1,19 Euro zu rechnen. DER AKTIONÄR geht davon aus, dass Greiffenberger in beiden Geschäftsjahren sogar noch einen Schnaps drauflegen kann. Angesichts dieser Wachstumsraten wäre ein KGV von 10 durchaus gerechtfertigt, woraus für dieses Jahr ein Kursziel von rund 8,00 Euro resultiert. Ende 2013 könnte die Aktie dann die alten Hochs bei 12 Euro angreifen.

Kaufen und liegen lassen

Das Kostolany-Prinzip hat an der Börse eigentlich ausgedient. Doch bei Greiffenberger sollten Anleger, die jetzt zuschlagen, mittel- bis langfristige Freude an ihrem Investment haben. t.bergmann@deraktionaer.de

Interview mit Vorstand Stefan Greiffenberger

„Wir sind auf einem guten Weg“

Heinz Greiffenberger hat im Jahr 1981 das Unternehmen gegründet und 1986 an die Börse gebracht. Seit 2003 führt sein ältester Sohn Stefan den Konzern als Alleinvorstand. In diese Zeit fielen zwei Krisen, doch Greiffenberger ist wieder auf den Wachstumspfad zurückgekehrt.

DER AKTIONÄR: Herr Greiffenberger, wie fällt Ihr Resümee zu den Zahlen aus?

STEFAN GREIFFENBERGER: Es war ein erfreuliches Quartal, vor allem mit einem tollen Zuwachs bei der BPK. Wir sind damit auf gutem Weg hinsichtlich unserer Planungen für das Gesamtjahr.

Wie schauen diese aus?

Ich rechne mit einem hohen einstelligen Umsatzwachstum und einem überproportionalen Ergebnisanstieg.

Bei ABM hat sich das Programm „Impuls 2011“ positiv ausgewirkt. Was steckt genau dahinter?

Bei „Impuls 2011“ geht es in erster Linie darum, die Margen zu steigern. Dazu durchleuchten wir die komplette Wertschöpfungskette und realisieren die identifizierten Kostensenkungspotenziale. Wir arbeiten beispielsweise daran, die Durchlaufzeiten in der Pro-

duktion zu verkürzen oder den kapitalintensiven Teilebestand zu senken.

Wie beurteilen Sie derzeit das Umfeld für die Tochter Eberle? Wie will sich Greiffenberger hier behaupten?

Wir sehen ein intaktes Umfeld. Der leichte Umsatzrückgang gegenüber 2011 ist auf einen Basiseffekt im letzten Jahr zurückzuführen. Gegenüber den Quartalen zwei bis vier sind wir aber gut gewachsen. Grundsätzlich verfährt Greiffenberger nach dem Motto Marge vor Menge. Wir haben uns als Anbieter hochwertiger Produkte etabliert, der zudem erstklassigen Service bereitstellt. Wir müssen daher nicht jeden Preis mitgehen. Im Gesamtjahr sollte aber ein leichtes Umsatzwachstum möglich sein.

BPK ist im ersten Quartal am stärksten gewachsen. Wird sich dieser Trend 2012 fortsetzen?

Wir erwarten bei BPK in diesem Jahr das stärkste Wachstum in der Gruppe. Wahrscheinlich wird jedoch das Wachstum aus dem ersten Quartal nicht im Gesamtjahr erreicht. Interessanter ist aber, dass wir von einem deutlichen Ergebnisschub ausgehen, weil Einmalkosten, die durch den Komplettumzug 2011 entstanden sind, wegfallen.



„Es war ein erfreuliches erstes Quartal“, sagt Stefan Greiffenberger.

Wann will der Konzern wieder dividendenfähig sein?

Sobald die Eigenkapitalquote die 30-Prozent-Marke erreicht hat, werden wir darüber nachdenken.

Wo sehen Sie die Firma in fünf Jahren?

Wir erwarten, in den nächsten Jahren, durchschnittlich um fünf Prozent organisch zu wachsen. Unberücksichtigt sind hierbei Akquisitionen, die einen unserer drei etablierten Geschäftsbereiche verstärken könnten. Ich kann mir vorstellen, dass wir einen Mitbewerber kaufen oder ein Unternehmen, das in der Wertschöpfungskette vor- oder nachgelagert ist. Wir werden die Ertragslage gegenüber 2011 deutlich verbessern, indem wir uns auf margenstarke Geschäfte fokussieren und die jeweiligen technologischen Stärken und Kompetenzen unserer Teilkonzerne erfolgreich einsetzen und kontinuierlich weiterentwickeln.

Herr Greiffenberger, DER AKTIONÄR bedankt sich für das Gespräch.

t.bergmann@deraktionaer.de