

Sulzer AG – Generalversammlung 2013

Ansprache Klaus Stahlmann, Chief Executive Officer

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre

Ich freue mich sehr, Ihnen heute unsere Ergebnisse für das vergangene Geschäftsjahr 2012 zu präsentieren. Des Weiteren werde ich über unsere strategischen Prioritäten, die mittelfristigen Ziele sowie unsere Marktposition berichten.

Sulzer ist gut aufgestellt, um auch in der Zukunft profitabel und nachhaltig zu wachsen.

Sulzer hat im abgelaufenen Geschäftsjahr 2012 eine sehr gute Leistung erzielt – obwohl das Umfeld nicht einfach war.

Wir konnten den Umsatz auf ein Rekordniveau von knapp über 4 Mrd Franken erhöhen. Dazu trugen sowohl die Integration des 2011 akquirierten Geschäfts von Abwasserpumpen, als auch das organische Wachstum unserer Divisionen bei.

Der Konzerngewinn konnte deutlich auf über 300 Million Franken gesteigert werden. Die Umsatzrendite blieb mit 10,2 Prozent zweistellig.

Wir haben unseren Cash Flow gegenüber dem Vorjahr vervierfacht. Dahinter stehen nicht nur bessere operative Ergebnisse. Wir haben auch mit gezielten Massnahmen das Nettoumlaufvermögen deutlich reduziert.

Unsere Bilanz wurde dadurch weiter gestärkt und die Nettoverschuldung reduzierte sich auf unter 100 Millionen Franken.

Alle unsere Divisionen haben sich 2012 gut entwickelt und zum Erfolg des Gesamtunternehmens beigetragen.

Bei Sulzer Pumpen war die Integration des akquirierten Geschäfts von Abwasserpumpen ein wichtiger Schwerpunkt. Dadurch und mit dem organischem Wachstum hat unsere Pumpendivision 2012 bei Bestellungseingang und Umsatz die 2-Milliarden-Grenze überschritten.

Sulzer Metco konnte dank der speziellen Beschichtungslösungen für Fahrzeugkomponenten und Flugzeugtriebwerke ihr profitables Wachstum weiter fortsetzen.

Sulzer Chemtech erzielte mit der Trenn- und Mischtechnologie einen höheren Umsatz und verbesserte ebenfalls die Rentabilität.

Bei Sulzer Turbo Services wurde das Wachstum weiterhin durch die gemeinsame Wartung von Turbinen und dem Service von Motoren und Generatoren unterstützt.

Damit geht 2012 als weiteres erfolgreiches Geschäftsjahr in die Geschichte von Sulzer ein.

Wir sind ausgezeichnet für die Zukunft positioniert. Dabei spielen verschiedene Faktoren eine Rolle: unsere hervorragenden Produkte und Dienstleistungen, die attraktiven Schlüsselmarkte in denen wir tätig sind und unsere globale Präsenz.

Betrachten wir zuerst die Stärke unseres Produktangebots und unserer Serviceleistungen

Unsere Pumpen sind in verschiedenen Bereichen technologisch führend. Sie transportieren anspruchsvolle Mischungen von Öl, Gas, Wasser und Sand, sind sehr energieeffizient und erzeugen einen besonders hohen Druck, – um nur drei herausragende Produktmerkmale zu erwähnen.

Unsere Beschichtungslösungen verhindern nicht nur Verschleiss, sondern leisten wesentliche Beiträge, damit Automotoren und Flugzeugtriebwerke weniger Treibstoff verbrauchen.

Unsere Trenn- und Mischtechnik trägt entscheidend dazu bei, um Rohöl in seine über 17'000 möglichen Komponenten zu zerlegen. Unsere Prozesstechnik hilft auch bei der Verarbeitung von nachwachsenden Rohstoffen.

Sulzer Turbo Services gibt als führender unabhängiger Dienstleister nicht nur Turbinen, Motoren und Generatoren ihre alte Leistungsfähigkeit wieder, sondern ermöglicht in vielen Fällen einen noch effizienteren Betrieb als vorher.

Der zweite Faktor unserer starken Position für die Zukunft ist die Ausrichtung auf attraktive Schlüsselmarkte.

Hier sehen Sie unsere vier Schlüsselmarkte, in denen wir – neben Geschäften mit einer grösseren Gruppe von verschiedenen allgemeinen Industriemärkten, hauptsächlich tätig sind. Dabei liegt ein klares Schwergewicht auf Öl und Gas, in dem wir 40 % unseres Umsatzes erzielen. Wir haben aber auch starke Aktivitäten in den Märkten Energie, Wasser und Transport.

Unsere Schlüsselmarkte profitieren von wichtigen Megatrends wie dem Bevölkerungswachstum und der Urbanisierung, der steigenden Nachfrage nach Wasser, Energie und Mobilität, aber auch von der Notwendigkeit, die knappen natürlichen Ressourcen möglichst effizient zu nutzen. Das heisst, unsere Schlüsselmarkte bieten uns langfristig ausgezeichnete Wachstumschancen.

Gleichzeitig sind unsere Produkte und Dienstleistungen in diesen Schlüsselindustrien dringend erforderlich. Wir profitieren davon, dass die Anforderungen an die Produkte steigen und unsere Stärken damit immer wichtiger werden.

Lassen Sie mich dieses am Beispiel der Ölförderung illustrieren: Bei sich langsam erschöpfenden Quellen muss das Öl mit immer höherem von unseren Pumpen erzeugten Druck aus dem Boden gefördert werden. Bei der Ölförderung auf hoher See müssen unsere Pumpen auch in grosser Tiefe auf dem Meeresgrund zuverlässig ihre Leistung erbringen. Und weil bei den jüngeren Quellen die Qualität des Öls und der Gasanteil sich schneller verändert, müssen unsere Transportpumpen einfacher anpassbar sein.

Unser Angebot in diesem Schlüsselmarkt beschränkt sich aber nicht auf eine Division. Sulzer ist in diesem Markt mit mehreren Divisionen tätig. In der Öl- und

Gasförderungen härten wir mit unseren Beschichtungen auch Bohrköpfe und unsere Trenntechnologie ist wichtig für die Verflüssigung von Gas. Bei der Verarbeitung von Öl und Gas zu Treib- und Brennstoffen, Kunststoffen und unzähligen Chemikalien sind nicht nur unsere Trennkolumneneinbauten unabdingbar. Wir bieten auch Pumpen, die diesen aggressiven Stoffen gewachsen sind.

Ähnlich breit sind wir auch im Energiemarkt aufgestellt, wo unsere Kesselspeisepumpen die riesigen Kraftwerke mit Wasser versorgen, unsere Beschichtungen Gas und Dampfturbinen schützen und unsere Reparatur und Unterhaltsservice die Turbinen und Generatoren am Laufen halten.

Der dritte Faktor unserer starken Positionierung ist unsere weltweite Präsenz. Mit über 170 Produktionsstandorten und Servicezentren sind wir rund um den Erdball immer sehr nahe bei unseren Kunden. Insgesamt resultiert daraus eine ausgewogene weltweite Präsenz, mit je rund einem Drittel des Umsatzes in Amerika, Europa, Afrika und dem Nahen Osten sowie Asien.

Dies ist das Ergebnis einer langfristigen Strategie.

Ein wichtiger Meilenstein war letztes Jahr – neben sechs neuen Servicestandorten – die feierliche Eröffnung eines Werks für Abwasserpumpen in China in Kunshan. Dort werden seit letztem Herbst Pumpen, Mischer und Kompressoren vor allem für den chinesischen Wassermarkt zusammengebaut und getestet.

Globale Kunden finden in uns einen Partner, mit dem man in verschiedenen Weltteilen zusammenarbeiten kann. Und wenn sich ein Markt in einer Region besonders gut entwickelt, weil zum Beispiel neue Quellen erschlossen werden, sind wir meist schon vor Ort tätig und haben damit einen wichtigen Wettbewerbsvorteil gegenüber weniger globalen Konkurrenten.

Unser hervorragendes Angebot an Produkten und Serviceleistungen, der Fokus auf Schlüsselmärkte mit grossem Zukunftspotential und die globale Präsenz sind wichtige und sich gegenseitig verstärkende Erfolgsfaktoren.

Um dieses Potential noch besser zu nutzen, haben wir letztes Jahr eine neue Vision entwickelt. Sie ergänzt unsere drei Werte – der Kunde als Partner, Operational Excellence und engagierte Mitarbeitende.

Unsere Vision, ist, dass unsere Kunden uns für unsere führenden Technologien und Services schätzen, die ihnen innovative und nachhaltige Lösungen bieten.

Das heisst erstens, dass wir unsere Kunden zum Maßstab machen und ihre volle Wertschätzung erreichen wollen. Erst wenn wir die Bedürfnisse der Kunden wirklich erfüllen und sie das auch so wahrnehmen, haben wir unser Ziel erreicht. Zweitens wollen wir führend sein, besser als die Konkurrenz, und zwar gleichermaßen bei unseren Technologien und beim Service. Drittens streben wir dabei ständig nach weiteren Verbesserungen, die auch langfristig Bestand haben.

In all diesen Bereichen hat Sulzer viel zu bieten. Aber wenn wir diese Vision wirklich ambitioniert verfolgen, können wir noch deutlich besser werden.

Gleichzeitig haben wir vier strategische Prioritäten definiert, die wir mit operativen Projekten und strategischen Initiativen konsequent verfolgen. Und wie Sie hier auch

sehen, sind die strategischen Prioritäten alle konsequent auf die Bedürfnisse unserer Kunden ausgerichtet. Nur so können wir letztlich profitabel wachsen.

Technologische Führungspositionen sind die Grundlage für unsere starken Marktpositionen. Um diese entscheidende Stärke zu bewahren, müssen wir laufend auf die Markt- und Kundenbedürfnisse zugeschnittene Innovationen entwickeln. Dafür wollen wir die Forschung und Entwicklung konsequent auf Kunden und Märkte ausrichten und langfristig stärken. So haben wir 2012 über gegen 90 Millionen Franken in Forschung und Entwicklung investiert und unser Technologieportfolio durch Zukäufe gezielt erweitert.

Mit hervorragendem Service können wir uns ebenfalls deutlich von der Konkurrenz abheben und profitabel wachsen. Service trägt bereits heute knapp 41 Prozent zu unserem Umsatz bei, und wir sehen hier durchaus noch Ausbaupotential. Wichtig ist dabei eine Kundennähe mit einem dichten Netz von Servicezentren, das wir ständig erweitern. Aber auch unser Serviceangebot bauen wir gezielt aus. Der Abschluss von langfristigen Serviceverträgen für Turbinen ist ein solches Beispiel.

Kontinuierliche operative Verbesserungen tragen sowohl zur Kundenzufriedenheit wie zum wirtschaftlichen Erfolg von Sulzer bei. Neben Effizienzsteigerung im Allgemeinen geht es insbesondere darum, unsere Produkte termingerecht und in der richtigen Qualität zu liefern. Das trägt zur Kundenzufriedenheit bei und erspart gleichzeitig uns selbst Zusatzkosten. Andere Bereiche wie die Unfallbekämpfung sorgen auch für mehr Sicherheit am Arbeitsplatz.

Unter dem Stichwort Vorteil durch Zusammenarbeit wollen wir das Potenzial einer verstärkten internen Kooperation nutzen. Die Verantwortung für die markt- und kundenorientierten Prozesse bleibt bei den Divisionen. Gleichzeitig wollen wir aber divisionsübergreifend gemeinsame Strukturen und Leistungen einsetzen, wo dies sinnvoll ist. So können wir durch den gemeinsamen Einkauf unsere Verhandlungsposition gegenüber Lieferanten stärken. Wir wollen aber auch untersuchen, wo wir durch eine divisionsübergreifende Zusammenarbeit auf einzelnen Märkten, z. B. gebündelte Serviceangebote für bestimmte Märkte zusätzliches Wachstum erzielen können.

Wie sieht der konkrete Blick in die Zukunft aus?

Wir haben uns Anfang 2012 ambitionierte Mittelfristziele gesetzt und diese jetzt bestätigt. Wir wollen 2012 bis 2015 unseren Umsatz im Durchschnitt um 6–8% pro Jahr steigern. Und wir wollen eine Umsatzrendite von 11–13 Prozent und eine Rendite des Betriebsvermögens von über 20 Prozent erreichen.

Darauf werden wir 2013 und in den Folgejahren entschlossen hinarbeiten. Wir erwarten für das laufende Jahr ein moderates Wachstum von Bestellungseingang und Umsatz und einen leichten Anstieg der Rentabilität. Wir bewegen uns aber immer noch in einem sehr herausfordernden Marktumfeld und müssen uns anstrengen, unseren Ausblick für 2013 zu erreichen.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre

Ich danke Ihnen für Ihr anhaltendes Vertrauen in die Unternehmensleitung und in die ganze Belegschaft von Sulzer.

Zum Schluss möchte ich Ihnen nun noch ein Video zeigen, das – im Einklang mit unserer Vision und unseren Zielen – den Kunden als Partner ins Zentrum stellt. Sehen Sie selbst am Beispiel von vier wichtigen Kunden, wie unsere Divisionen die spezifischen Bedürfnisse optimal abdecken.

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit.