



Im Gespräch:

Bruno W. Kägi,
CEO Soutec Soudronic AG

Soutec schöpft den Markt für Tailored Blanks weiter aus und greift zudem neue Wachstumspotenziale auf

„RÜCKENWIND UND RÜCKENSTÄRKUNG“

von Franz J. Gruber Im Mai dieses Jahres wurde die Autosparte der Soudronic (Soudronic Automotive) mehrheitlich von der Münchner VTC Industrieholding übernommen. Seither hat sich auf den ersten Blick nur der Name geändert: Auch als Soutec Soudronic AG bleiben die Standorte und die Personalstruktur gleich, und die Kontinuität des Unternehmens bleibt gewährleistet. Auf den zweiten Blick aber zeigt sich doch ein deutlich anderes Unternehmen und zwar in Bezug auf Wachstum: VTC hält den Schweizer HighTech-Machern den Rücken frei, um auch langfristig vorhandene Stärken auszubauen und neue Märkte hinzu zu gewinnen. Wir sprachen mit Bruno W. Kägi, CEO der Soutec Soudronic AG, Neftenbach.

Herr Kägi, aus der Division Soudronic Automotive wurde die Soutec Soudronic AG. Sieht man sich Inhalte und Struktur des Unternehmens an, so scheint sich, zumindest nach außen hin, ansonsten nichts geändert zu haben ...

... das soll ja auch so sein, wenn Sie an unsere bisheriges und auch künftiges Kerngeschäft denken. Kontinuität unseren globalen Kunden gegenüber zu gewährleisten steht an erster Stelle.

Aber neue Eigentümerstrukturen bleiben bestimmt nicht ohne Einfluss auf ein Unternehmen?

Wir haben durch diese Struktur die Möglichkeit, mit unserem Partner zusammen, zu wachsen. Und zwar in Bereichen, die auch eine Investition erfordern können. Und dann muss man festhalten: Wir sind jetzt ein selbständiges Unternehmen und keine Division eines Groß-Unternehmens – das prägt natürlich auch die Strukturen auf allen Ebenen. Wir sind sehr viel freier und unternehmerischer geworden – ideal um zu wachsen.

Setzen Sie bei dem von Ihnen angestrebten Wachstum auf das bekannte Kerngeschäft oder wollen Sie auch in Bereichen wachsen, die bislang nicht typischerweise das Portfolio prägen?

Beides. Fakt ist, wir haben nach wie vor unser angestammtes Geschäft, nämlich das der Tailored Blanks, wo wir uns in den vergangenen Jahren eine starke Marktposition erobert haben. Diesen Bereich bauen wir im Moment erheblich aus – wir sind momentan dabei, in den japanischen Markt einzutreten. Nachdem wir gerade ein Büro in Shanghai eröffnet haben, werden wir dies in Kürze auch in Japan tun. Wir haben uns also den weiteren Ausbau dieses Geschäftes auf die Fahnen geschrieben.

Dann haben wir uns sehr intensiv mit dem Thema „Rohrschweißen mit dem Laser“ auseinandergesetzt – und das vor allem im HighEnd-Bereich. Ich denke da etwa an Hydroform-Applikationen, an anderweitig umgeformte Teile, Tailored Tubes, und so weiter. Wir machen in diesen Bereichen schon einiges, auch weil wir über die Technologie verfügen – denken Sie etwa an unsere Nichtlinear-Maschinen, deren Technologie wir schon auf Rohrschweißanlagen appliziert haben. Sie sehen also, den angestammten Markt pushen wir intensiv und global. Wir haben für uns aber auch das Maschinengeschäft entdeckt, das im Moment sehr gut läuft – also Standard-Applikationen, sehr viel mit Widerstandsschweißtechnik.

Sie haben eingangs auch von Investitionen gesprochen, was ich jetzt als geplante Akquisitionen deute. Gibt es denn konkrete Ideen, in welche Bereiche man „hineinwachsen“ könnte, um neue Felder zu erschließen?

Natürlich haben wir viele Ideen. Es würde im Moment zu weit führen, in Details zu gehen. Unsere Stoßrichtung heißt einerseits Automotive und Laser, also mit Rohr- und Tailored Blanks-Applikationen, und andererseits Maschinen, auch im Low-End-Bereich – da kann es Laser sein, kann aber auch Widerstandsschweißtechnik sein. Die dritte Stoßrichtung ist schließlich Weld & Vision, respektive die Sensorik zur Schweißnahtkontrolle.

Wenn wir also Akquisitionen machen, dann, um unsere drei Stoßrichtungen zu erweitern oder zu ergänzen.

Nehmen Sie „Automotive und Laser“ – dort sind wir als feste Größe anerkannt und wir sehen sicherlich Bereiche in diesem Umfeld, wo wir noch nicht tätig sind, aber durchaus etwas machen könnten. Und dann muss man sagen, es muss ja nicht immer „automotive“ sein. Den Be-

