

11. Dezember 2019

Seite 1/4

Kapitalmarkttag 2019: thyssenkrupp will im Aufzugsgeschäft weiter profitabel wachsen

- thyssenkrupp Elevator präsentiert Strategieziele bei Kapitalmarkttag in London
- Klare Fokussierung auf Verbesserung der operativen Performance: Bereinigte EBIT-Marge soll im nächsten Geschäftsjahr 2020/2021 auf 11,5 bis 13,0 Prozent steigen
- „Carve out“ der Elevator-Sparte wird zum Jahresende 2019 abgeschlossen sein
- „Dual Track“ wird weiterverfolgt: thyssenkrupp arbeitet an allen Optionen für das Aufzugsgeschäft

Bei einem Kapitalmarkttag in London stellt das Elevator-Management um CEO Peter Walker heute vor mehr als 100 Investorenvertretern und Analysten seine Strategie und Ziele für die kommenden Jahre vor. Die Ziele sehen für die Geschäftsjahre 2019/2020 und 2020/2021 eine wechselkursbereinigte Umsatzsteigerung im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich vor. Den Kern der neuen Strategie bildet die Verbesserung der operativen Performance: Die Bereinigte EBIT-Marge soll bereits im Geschäftsjahr 2020/2021 auf 11,5 bis 13,0 Prozent steigen. thyssenkrupp Elevator beabsichtigt, diese Ziele durch die weitere Standardisierung der Produkte und die Optimierung des Produktionsnetzwerks zu erreichen. Darüber hinaus plant thyssenkrupp Elevator, das Servicegeschäft weiter auszubauen und die Verwaltung zu verschlanken.

Der Kapitalmarkttag in London ist ein wichtiger Meilenstein: Bis Ende 2019 wird der „Carve out“, also die eigenständige Aufstellung der Sparte, plangemäß abgeschlossen sein. Im Zuge seiner strategischen Neuausrichtung (newtk) hatte die thyssenkrupp AG im Mai 2019 bekanntgegeben, möglicherweise ihre Business Area Elevator Technology im Geschäftsjahr 2019/2020 im Zuge eines Initial Public Offering (IPO) an die Börse zu bringen, um so die finanziellen Voraussetzungen für die Weiterentwicklung der übrigen Geschäfte zu schaffen. Gleichzeitig prüft der Konzern einen potenziellen Verkauf oder Teilverkauf der Sparte. Eine Entscheidung darüber, ob Elevator an die Börse gebracht, in Teilen oder ganz verkauft wird, fällt im ersten Quartal 2020.

Johannes Dietsch, CFO der thyssenkrupp AG: „Bei der Vorbereitung des Carve outs der Sparte liegen wir voll im Zeitplan. Wie attraktiv unser Elevator-Geschäft ist, zeigen die ersten indikativen Angebote von Finanz- und strategischen Investoren im Rahmen des laufenden Verkaufsprozesses. Am Ende werden wir uns für die Option entscheiden, die für den Konzern, seine Aktionäre, Kunden und Mitarbeiter, aber auch für das Aufzugsgeschäft das Beste ist.“

thyssenkrupp Elevator: Einer der weltweit führenden Player im E&E Markt

thyssenkrupp Elevator ist einer der weltweit führenden Anbieter für Aufzüge und Fahrtreppen (englisch kurz „E&E“). Mit weltweit mehr als 50.000 Beschäftigten erzielte die Business Area im Geschäftsjahr 2018/2019 einen Umsatz von rund 8 Mrd. €, bei einer bereinigten EBIT-Marge von gut 11 Prozent. thyssenkrupp Elevators wichtigstes Produkt ist der Service. Rund 1,4 Millionen Einheiten werden derzeit durch mehr als 29.000 Servicetechniker betreut. Das Portfolio von thyssenkrupp Elevator deckt Standard-Aufzüge für Wohn- und Geschäftshäuser bis hin zu hochinnovativen und individualisierten Lösungen für moderne Wolkenkratzer ab – wie beispielsweise dem One World Trade Center in New York – und damit die gesamte Bandbreite der urbanen Zukunftsmärkte.

Peter Walker, CEO der thyssenkrupp Elevator AG: „Der globale Markt für Aufzüge und Fahrtreppen ist äußerst attraktiv. Wir erwarten, dass der Markt langfristig wachsen wird. Bereits in der Vergangenheit hat sich dieser als robust gegenüber konjunkturellen Schwankungen erwiesen. Als einer der weltweit führenden Anbieter mit einem starken Fokus auf das Servicegeschäft glauben wir, dass wir in einer hervorragenden Ausgangsposition sind, um von diesem wachsenden Markt nachhaltig zu profitieren. Wir wissen, mit welchen Maßnahmen wir die Profitabilität unserer Geschäfte steigern können. Das setzen wir jetzt um.“

Der E&E Markt hat ein weltweites geschätztes Volumen von circa 50 Mrd. € und wird Schätzungen zufolge bis 2024 um mehr als 3 Prozent jährlich zulegen. Angetrieben wird diese Entwicklung in erster Linie vom Megatrend Urbanisierung, der die Nachfrage nach Aufzügen und vernetzten Transportlösungen für immer dichtere Infrastrukturen vorantreibt. Parallel dazu wird auch für die Nachfrage nach Serviceleistungen und Wartung ein nachhaltiges Wachstum erwartet – hier ist mit einem jährlichen Wachstum von knapp 4 Prozent bis 2024 zu rechnen.

Steigerung der Profitabilität

thyssenkrupp setzt bei der Entwicklung des Aufzugsgeschäfts auf ein erfahrenes Managementteam. CEO Peter Walker, CFO Ercan Keles und CHRO Dr. Detlef Hunsdiek verfügen zusammen über mehr als drei Jahrzehnte Erfahrung in der Aufzugs- und Fahrtreppenbranche. Oberstes Ziel des Führungstrios ist die Steigerung der Effizienz und damit die Verbesserung der Margen. Unterschiedliche ineinandergreifende Maßnahmen sollen dabei helfen:

- Standardisierung der Angebotspalette: Durch die weitere Harmonisierung des Produktportfolios zielt thyssenkrupp Elevator darauf ab, die Komplexität zu reduzieren und die Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen. Diese Maßnahmen sind dazu konzipiert, den Umsatz weiter zu steigern.

- Optimierung der Fertigung: thyssenkrupp Elevator arbeitet weiter an der Transformation seines Produktionsnetzwerkes. Während die Fabriken in Asien und Südamerika bereits flexibel und fokussiert arbeiten, werden die Werke in Nordamerika und Europa weiter optimiert.
- Ausbau und Weiterentwicklung des Servicegeschäfts: Der Fokus liegt darauf, das wichtigste Produkt von thyssenkrupp Elevator – das Servicegeschäft – auszubauen, die Prozesse zu verbessern und den Service für den Kunden zu optimieren. Mit der IoT-Anwendung MAX steht eine digitale Lösung zur Verfügung, die dabei hilft, die Effizienz zu steigern und dem Kunden neue, digitale Services anzubieten.
- Verschlinkung der Verwaltung: In den nächsten drei Jahren streben wir an, durch die Implementierung von Shared Service Centern, die Optimierung der IT und die Steigerung der Organisationseffizienz weltweit Bruttoeinsparungen von insgesamt rund 80 Mio. € zu erreichen.

Da sich die regionalen E&E Märkte stark voneinander unterscheiden, verfolgt thyssenkrupp Elevator regional angepasste Strategien zur Margenverbesserung in Amerika, Europa/Afrika und Asien/Pazifik.

Digitalisierung und disruptive Innovationen führen zu profitabilem Wachstum

In Zukunft plant thyssenkrupp Elevator, weiteren Wert zu schaffen, indem das Unternehmen IoT-Chancen noch konsequenter nutzt und disruptive Innovationen in profitables Wachstum umsetzt. Beispiele hierfür sind MAX und MULTI: MAX ist eine der branchenweit ersten digitalen und cloudbasierten Wartungslösungen, die Kunden Zeit spart und die Effizienz des Servicebetriebs erhöht. MULTI ist der weltweit erste Aufzug ohne Seil, der nicht nur vertikal, sondern auch horizontal fahren kann und bei dem sich mehrere Kabinen in einem Schacht bewegen können. Diese Bauweise verringert die benötigte Anzahl von Aufzugsschächten erheblich und ermöglicht dadurch signifikanten Gewinn an Nutzfläche in Gebäuden.

„Dieses Dokument enthält „zukunftsgerichtete Aussagen“. Diese Aussagen enthalten die Worte wie „antizipieren“, „glauben“, „beabsichtigen“, „schätzen“, „erwarten“ oder Worte mit ähnlicher Bedeutung. Alle Aussagen, mit Ausnahme von Aussagen über historische Fakten, die in diesem Dokument enthalten sind, einschließlich, aber nicht beschränkt auf solche über die Finanzlage, die Geschäftsstrategie, die Pläne und Ziele des Managements für das künftige Geschäft (einschließlich Kosteneinsparungen und Pläne zur Produktivitätssteigerung), sind zukunftsgerichtete Aussagen. Derartige zukunftsgerichtete Aussagen beinhalten naturgemäß bekannte und unbekannte Risiken, Unsicherheiten und andere wichtige Faktoren, die dazu führen könnten, dass sich die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungen oder Errungenschaften von

thyssenkrupp Elevator wesentlich von den Ergebnissen, Leistungen oder Errungenschaften unterscheiden, die in solchen zukunftsgerichteten Aussagen zum Ausdruck gebracht oder impliziert werden. Solche zukunftsgerichteten Aussagen basieren auf zahlreichen Annahmen über die gegenwärtige und zukünftige Geschäftsstrategie des Unternehmens und das Marktumfeld, in dem das Unternehmen in Zukunft tätig sein wird. Diese zukunftsgerichteten Aussagen beziehen sich nur auf den Zeitpunkt dieser Mitteilung. Das Unternehmen lehnt ausdrücklich jegliche Verpflichtung oder Zusage ab, die hierin enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen zu aktualisieren. Diese Faktoren sind bei der Beurteilung der zukunftsgerichteten Aussagen in dieser Mitteilung sorgfältig zu berücksichtigen und es darf nicht übermäßig auf solche Aussagen vertraut werden.“

Videostream des Kapitalmarkttag (Start 10:30 CET):

<https://www.thyssenkrupp.com/de/investoren/berichterstattung-und-publikationen/>

Footage-Material:

https://transfer.thyssenkrupp.com/public/z97955i_8e86c45eeb6f2bad7cb1b8/

Ansprechpartner für Medien

thyssenkrupp AG Communications

Peter Sauer

Telefon: +49 (201) 844-536791

mailto: press@thyssenkrupp.com

Tim Proll-Gerwe

+49 (201) 844-537961

www.thyssenkrupp.com

Twitter: [@thyssenkrupp](https://twitter.com/thyssenkrupp)

Company blog: <https://engineered.thyssenkrupp.com>