

Neue Zürcher Zeitung

Wirtschaft
DKSH hakt die Krise rasch ab; Das Welthandelshaus schöpft Kraft aus Asiens Absatzmärkten

432 words
5 May 2010
Neue Zürcher Zeitung
NEUZZ
27
German
Besuchen Sie die Website der führenden Schweizer Internationalen Tageszeitung unter

Das Welthandelshaus **DKSH** hat im vergangenen Jahr die Rekordwerte des Vorjahres nicht ganz erreicht, doch verharrte es in der Gewinnzone. Im ersten Quartal hat sich das Geschäft belebt.

nz. - Das Unternehmen Diethelm Keller **Siber Hegner (DKSH)** hat sich auch 2009 keine grossen Blößen gegeben, wobei sich insbesondere der Geschäftsbereich Technologie sowie die Luxusgüter der ruppigen Wirtschaftskrise nicht entziehen konnten. In lokaler Währung expandierte der Umsatz um 11% und in Frankenwerten um 4,8%. Verglichen mit dem Einbruch des Welthandels, der 2008/09 rund 12% betragen haben dürfte, zeugt das von einem erheblichen Standvermögen.

Blick in eine weitere Karte

CEO Jörg Wolle informierte erstmals über die Gewinnentwicklung – dies eine Offenherzigkeit, wie sie für ein privat gehaltenes Unternehmen wie **DKSH** nicht selbstverständlich ist. Gemessen am Nettoumsatz wurde eine Marge von 1,3 (i. V. 1,4)% erwirtschaftet. Die langjährige Praxis, nur 25% bis 30% der Gewinne auszuschütten, sichert dem Unternehmen – zusätzlich zu einer Kapitalerhöhung im vergangenen Jahr – jene Flexibilität, um in einem garstigen Umfeld Kaufgelegenheiten zu nutzen. Als Aktionär wurde neulich Pierre Mirabaud, früherer Präsident der Bankiervereinigung, begrüsst; er hat ein Paket von Müller-Möhl erworben. Vermutlich handelt es sich um ein finanzielles Engagement ohne strategische Absicht.

Im ersten Quartal des laufenden Jahres, das Umsatz- und Ebit-Zunahmen um 8% bzw. um 25% brachte, stiessen Hagemeyer Cosa Liebermann, Chiao Tai Logistics und Biolife mit insgesamt 700 Mitarbeitern zur **DKSH**-Gruppe. In der Folge werden die Distributions- und Beziehungsnetze in mehreren Märkten Asiens noch enger geknüpft. Wolle wies darauf hin, dass die Dienste des Unternehmens vermehrt im innerasiatischen Geschäft in Anspruch genommen würden. Beispielsweise wird einem japanischen Unternehmen die Vorarbeit zur Erschliessung der Märkte in Vietnam, in Kambodscha und in Malaysia abgenommen. **DKSH** bietet unter dem Leitthema «market expansion» einen Service an, der einen erheblichen Teil der Wertschöpfungskette abdeckt.

Schwächen in Europa

Die Umsatzeinbrüche in Europa trafen 2009 naheliegenderweise auch **DKSH**, da z. B. die Automobil-, die Kosmetik-, die Lebensmittel- und die Konsumgüterindustrie mit speziell entwickelten Rohmaterialien beliefert werden. Die Einheit Performance Materials litt unter Formschwächen; die inzwischen erfolgte Ablösung der beiden Topmanager von dieser Einheit und von der Einheit Technologie dürfte ein Zeichen sein, dass es auch betrieblich nicht überall rund gelaufen ist. Wolle machte jedenfalls klar, dass **DKSH** vielfältige Chancen hat, um in Asien, der Wachstumsregion par excellence, aus innerer Kraft weiter zuzulegen. Wichtige Tatsache ist, dass Asien als Absatzmarkt in der Krise besser abschnitt denn als Beschaffungsmarkt, weil die Nachfrage aus den westlichen Industrieländern phasenweise förmlich zusammengebrochen war.

0000214569; nzz_Mi_20100505_hvchk.xml

Document NEUZZ00020100505e6550005f

「Neue Zürcher Zeitung」 ノイエ・チューリッヒ・ツェイトウング (翻訳)

2010年5月5日

DKSH、経済危機に鮮やかに対応。アジア市場から力を得る グローバル商社

サブタイトル: 国際商社の DKSH は、昨年度の記録的な成長率にこそ達することはできなかったが、それでも着実に売り上げを伸ばした。第 1 四半期の業績は好調だった。

ディトヘルム・ケラー・シibelヘグナー社 (**DKSH**) は、2009年も目立った課題を見せておらず、特にテクノロジーや高級消費財といった、深刻な経済危機の影響から無縁ではいられないはずの事業分野での好業績が目立つ。地元通貨での成長率は11%に達しており、スイスフランに換算すると4.8%になる。2008/09年度には減少額が約12%に達したと思われる世界的な貿易不振と比較すると、この数字はまさに驚くべきものだ。

次の切り札を読む

CEOのヨルグ・ヴォレが初めてこの成長の達成について情報を公開してくれたが、このような積極的な情報公開は、**DKSH**のような株式非公開の企業では、当然のことと思っはいけない。純売上高から計算して1.3%（前年度は1.4%）が収益となるそうだ。長年の慣行に基づき、収益の25%から30%を支出にまわしている。また、前年の増資もあり、現在のような厳しい市場環境のもとでも買収のチャンスがあれば、チャンスをつまめることができる。新たにスイス銀行協会元総裁のピエール・ミラボーを株主に迎えることになり、それまでMüller-Möhlグループが所有していた株式を彼が保有することになった。おそらく企業戦略的な活動よりも財務に参画すること自体に意義があるのだろう。

今年の第1四半期にはヘグマイヤー・コサ・リーベルマン（Hagemeyer Cosa Liebermann）とチャオタイロジスティックス（Chiao Tai Logistics）、それにバイオライフ（Biolife）の買収によって、合計700名もの従業員が**DKSH**グループに新たに加わることになり、売上およびEBITでそれぞれ8%と25%の増加が見込まれている。アジアではさらに多くのブランドが販売やサービスのネットワークを通して緊密な関係を構築するようになる。ヴォレは、同社の事業ではアジア域内での業務の必要性がますます高まっていることを指摘している。例えば、ベトナム、カンボジア、マレーシアでブランドを開発するための準備活動を日本の企業が行う、といったケースだ。**DKSH**は「市場拡大」という至上命題を実現するために付加価値ネットワークを駆使したサービスを提供している。

ヨーロッパの弱者

ヨーロッパにおける2009年の売上低下は当然ながら**DKSH**にも影響を与えないはずがなく、例えば自動車や化粧品、食品をはじめとする消費財など、特殊開発の素材を提供していた部門はかなりの打撃を受けた。生産資材事業部門の問題は構造的なものだったが、それが判明したのは、この事業部門とテクノロジー事業部門のトップマネージャー2人を交代させてみたが、業績が改善しなかったからだ。どちらにせよヴォレ氏は、アジアという巨大な発展途上の地域が内に秘めた力をさらに発展させていくうえで**DKSH**が数多くのチャンスを手中に収めていることを明確に示している。重要なのは、アジアは今回の経済危機では、生産拠点としてよりもむしろ消費市場として機能したということであり、それは欧米の先進諸国からの需要が、段階的にしかし決定的に崩壊していったことが理由だ、ということだ。