

Otis fährt Extraschichten in Japan



© Bild: 2011 FTD/Gernot Kapteina

Der US-Aufzughersteller hat Glück gehabt: Die Standorte in Japan blieben vom großen Beben weitgehend verschont. Und die Naturkatastrophe verschafft der Tochtergesellschaft von United Technologies so viele Aufträge, dass sie kaum zu bewältigen sind. von [Gerhard Hegmann](#) *München*, Financial Times Deutschland, 16.03.2011

Der weltweit größte Aufzughersteller Otis steht in Japan vor einer großen Herausforderung. Allein in den ersten zwei Tagen nach dem ersten Erdbeben gingen über 10.000 Anrufe von Kunden in der Servicezentrale ein. Generell sind die Aufzüge technisch so ausgelegt, dass sie bei einem Beben automatisch ins Erdgeschoss fahren und die Türen sich öffnen. Das Unternehmen müsse jetzt dennoch 80.000 Aufzüge vor Ort untersuchen, sagte Otis-Chef Didier Michaud-Daniel in einem FTD-Gespräch. Die eigene Infrastruktur sei intakt: "Unsere rund 2400 Beschäftigten in Japan sind sicher, und unsere Fabrik ist nicht zerstört", sagt der 53-Jährige.

Asien ist der wichtigste Wachstumsmarkt des Unternehmens. Einen Tag vor dem Beben hatte Michaud-Daniel seine Jahresziele für 2011 vor Analysten verkündet, die er nun bekräftigt: Der Umsatz des Unternehmens soll im mittleren einstelligen Prozentbereich wachsen und das operative Ergebnis von zuletzt 2,58 Mrd. Dollar um etwa 150 Mio. Dollar zulegen. "2011 wird das erste Jahr seit 2008, in dem wir beim Umsatz wieder wachsen", sagt der gebürtige Franzose. Er deutet an, dass dies der Auftakt für eine längere Wachstumsphase sein soll, zumal es erhebliche Nachfrage gebe.

Michaud-Daniel steht seit Mai 2008 an der Spitze des Aufzugherstellers, der mit 11,6 Mrd. Dollar Umsatz und etwa 25 Prozent Weltmarktanteil klarer Branchenführer ist. Die

Marktanteile pro Land sind geheim. Otis gehört zum US-Konzern [United Technologies](#) (UTC) und ist dort nach Umsatz die zweitgrößte und nach Rendite die wichtigste Sparte. Der Aufzughersteller hat damit eine Schlüsselstellung in dem Unternehmen, zu dem beispielsweise auch die Flugzeugtriebwerksparte Pratt & Whitney oder der Klimaanlagehersteller Carrier gehören.

Zum Aufschwung 2011 soll unter anderem die Nachfrage aus dem Großraum Asien verhelfen, insbesondere aus China, dem größten Einzelmarkt für Neuinstallationen. Zum Gesamtumsatz von Otis trägt das Neugeschäft mit Aufzügen und Rolltreppen etwa 40 Prozent bei, die Hälfte davon kommt derzeit aus China. Ganz anders läuft es im Heimatmarkt USA: Vom dortigen Umsatz entfiel 2010 lediglich ein Viertel auf neue Aufzüge und 75 Prozent auf das Service- und Wartungsgeschäft. Zu den Umsatztreibern gehören auch Wachstumsregionen wie Brasilien, Russland oder Indien.

Während andere UTC-Sparten hin und wieder große Übernahmen tätigen, ist das bei Otis nicht der Fall. Zwar kaufte der Aufzughersteller in den vergangenen zwei Jahren weltweit 29 Firmen, doch das waren eher kleine oder mittelständische Unternehmen. Laut Michaud-Daniel ist für Otis allein durch die Marktstellung eine Großübernahme schwierig: "Wir sind Marktführer, und daher gibt es in einigen Ländern Beschränkungen für Übernahmen. Der Kauf eines der Großen der Branche steht daher nicht auf der Tagesordnung. Das dürfen wir nicht." Er werde an der Strategie festhalten, in fragmentierten Märkten kleine und mittlere unabhängige Firmen zu kaufen. "Wir suchen nach Übernahmen, die wir vom Marktanteil auch kaufen dürfen", sagte Michaud-Daniel.

So will sich Otis auch weiter auf dem deutschen Markt nach Übernahmezielen umsehen. Die amerikanische Firma feiert in diesem Jahr das hundertjährige Bestehen ihrer Tochterfirma in Deutschland, wo auch produziert wird.

Der Otis-Chef lobte ausdrücklich die deutsche Produktion und die Leitungen der Gesellschaft mit Sitz in Berlin. 2009 lag der Deutschlandumsatz bei 450 Mio. Euro bei knapp 2600 Beschäftigten.