

# „Nischen besetzen“

## Die Altana AG investiert in ihr künftiges Wachstum

**Für den Ausbau der Geschäftsaktivitäten konzentriert sich die Altana AG vor allem auf Märkte, die über dem BIP wachsen und will dort Nischen besetzen. Trotz all der Begeisterung für die BRIC-Staaten setzt das Unternehmen aber auch weiterhin auf die Märkte in den USA und in Deutschland, sagt Dr. Matthias L. Wolfgruber, Vorsitzender des Vorstands.**

? Welche Vorteile ergeben sich als Nischenanbieter für Ihr Unternehmen?



**Dr. Matthias L. Wolfgruber,**  
Altana AG

**Dr. Matthias L. Wolfgruber:** Unser Geschäftsmodell basiert auf einem wissensgetriebenen Spezialitätengeschäft. Wir wollen in unseren Märkten stets eine führende Rolle spielen. Dies gelingt uns vor allem, wenn wir Nischen besetzen.

In Märkten von einer Größenordnung zwischen 200 Mio. und 2 Mrd. EUR können wir dieses Ziel auch erreichen. Selbstverständlich müssen wir uns aber dabei durch Innovationen und Service vom Wettbewerb abheben.

? Inwiefern erlaubt Ihnen diese Positionierung weiter zu wachsen?

**Wolfgruber:** Um unsere Aktivitäten weiter auszubauen, suchen wir Märkte, die über dem BIP wachsen. Das ist eine Grundvoraussetzung in unseren Märkten. Ansonsten wachsen wir vor allem durch Innovationen. Selbst in der schwierigen Phase, in der die Lackindustrie nicht gewachsen ist, konnten wir bei den Lackadditiven ein zweistelliges organisches Wachstum verzeichnen. Dieser Trend setzt sich fort. Das Volumen in der Lackindustrie wächst nur im einstelligen Prozentbereich, doch durch Innovationen und individuelle Lösungen können wir weiteres Wachstum schaffen.

? Welches Wachstum erwarten Sie für Ihre globalen Aktivitäten?

**Wolfgruber:** Die guten Ergebnisse aus 2010 sind auch mit Nachholeffekten zu verbinden. Die Umsätze und Ergebnisse lagen in allen Bereichen deutlich über dem Vorkrisenniveau. In 2011 werden sich die Wachstumsraten abschwächen, auch wenn das erste Quartal bereits ein Plus von 15 % ergab. Für das Gesamtjahr erwarten wir einen Wert im hohen einstelligen Prozentbereich. Wir werden unser Wachstum in beiderlei Hinsicht vorantreiben, sowohl organisch als auch durch Akquisitionen. Unsere Strategie ist klar, wachsen in bestehenden Geschäften über Innovationen, regionale Expansion und den Ausbau der Geschäftsaktivitäten. Bei den Akquisitionen konzentrieren wir uns auf bestehende und natürlich neue Geschäftsfelder.

? Welche Entwicklungen erwarten Sie im Druckfarben sowie Kleb- und Dichtstoffgeschäft?

**Wolfgruber:** Die Übernahme Watson Standard Adhesives Company im Segment Kleb- und Dichtstoffe war vom Transaktionsvolumen nur ein kleines Geschäft, sollte uns aber den Zugang zum nordamerikanischen Markt verschaffen. Bisher hatten wir

dort keine Produktionsbasis oder regionale Basis. Nun können wir den Markt mit unseren Produkten noch effizienter beliefern. Bei den Spezialdruckfarben sehen wir vor allem Potenzial im Bereich Verpackungen. Sowohl bei rigiden als auch flexiblen Verpackungen tendiert der Markt hin zu portionsgerechter Verpackung. Dieser Markt wird global wachsen und die Nachfrage für das Kleben, Bedrucken und Beschichten, mit verschiedenen Funktionen, steigt dementsprechend auch an.

? Welche Regionen und Segmente zeigen Wachstumspotenzial?

**Wolfgruber:** Wir wachsen dort, wo die Lackindustrie am innovativsten ist. In den Schwellenländern ist der Nachholbedarf sehr groß. Insbesondere Innovationen, die mit umweltfreundlichen Systemlösungen verbunden sind sowie neue Funktionen ermöglichen uns Chancen. Auch die Regularien seitens der Gesetzgebung schaffen für unsere Aktivitäten enormes Wachstumspotenzial. Bei aller Begeisterung für die BRIC-Staaten setzen wir aber auch weiterhin auf die USA und Deutschland. Die USA sind noch immer der größte Einzelmarkt für Chemie- und Lackprodukte. Dort erzielen wir rund 16 % der weltweiten Umsatzerlöse. Daher wollen wir unsere Position auch weiterhin ausbauen. Dahinter folgen Deutschland und China mit jeweils zirka 15 %.

? Inwiefern werden Sie weiterhin in Ihr Wachstum investieren?

**Wolfgruber:** Wir investieren weiterhin massiv in unser künftiges Wachstum. Für den Ausbau unserer Forschung und Entwicklung planen wir etwa 90 Mio. EUR in diesem Jahr auszugeben. Weitere 6 % des Umsatzes werden wir in Anlagevermögen investieren. Aber auch in den Ausbau von Infrastrukturen und Akquisitionen wollen wir künftig überproportional, im Vergleich zu vielen von unseren Wettbewerbern, investieren.

*Dieses Interview führte Damir Gagro*