
ZF mit selbstbewusster Kampfansage

Von Peter Schwerdtmann

Nicht nur Bilder, auch Symbole sagen mehr als tausend Worte. Das galt für den Ort der Bilanz-Presskonferenz der ZF Friedrichshafen AG. Erstmals fand sie in der neuen Konzernzentrale „ZF-Forum“ statt, einem deutlichen Symbol neuen Selbstbewusstseins. Das zweite Symbol hatte CEO Dr. Stefan Sommer den Journalisten schon am Vorabend präsentiert: die fast 45 Prozent Beteiligung am deutschen Radarexperten Asty Communications & Sensor GmbH. Wieder konnte Sommer Vollzug melden, wieder ist der seinem Ziel einen Schritt nähergekommen, stets komplette Systeme und nicht mehr nur Module oder Teillösungen anbieten zu müssen.

Ein großer Lückenschluss fand schon 2015 statt, als ZF den US-amerikanischen Zulieferer TRW übernahm und sich damit zusätzliches Fahrwerks-, Elektronik- und Bremsen-Know-how an Bord holte. TRW wurde in diesem Jahr erstmals komplett konsolidiert. Damit wuchs der Jahresumsatz um 20,6 Prozent auf 35,2 Milliarden Euro. Die bereinigte EBIT-Marge wuchs um einen Prozentpunkt auf 6,4 Prozent, der bereinigte Free Cash Flow auf 2 Milliarden Euro.

Diese finanzielle Stärke ermöglichte es dem Unternehmen, die Schulden aus der TRW-Übernahme um 1,6 Milliarden Euro abzutragen und gleichzeitig seine Investitionen für Forschung und Entwicklung auf zwei Milliarden Euro auszudehnen. In laufenden Jahr erwartet Finanzvorstand Dr. Konstantin Sauer wiederum eine bereinigte Ebit-Marge oberhalb sechs Prozent und einen Umsatz um die 35 Milliarden Euro. Der relativ geringere Zuwachs beim Umsatz im Vergleich zum Vorjahr erklärt sich aus dem Verkauf von Geschäftsbereichen.

Der ZF-CEO verblüfft Journalisten, die es gewohnt sind, immer nur die guten Botschaften serviert zu bekommen, gern mit dem Hinweis, dass es bei ZF darum gehe, „Lücken zu schließen“. Das ist nicht etwa ein Akt der Bescheidenheit, sondern eher eine Kampfansage an andere, gleichzeitig aber auch eine Ankündigung an die Kunden der Automobilindustrie, dass ZF ihnen das Leben leichter machen kann. Was dahinter steht, zeigt bereits das Motto des Unternehmens: see – think – act. Als klassischer Getriebehersteller war ZF in der Vergangenheit eher dem Handeln verpflichtet. Doch mit dem Stichwort autonomes Fahren wird klar, dass dies in der Zukunft zu kurz gesprungen sein könnte.

Also soll in allen Produkten die gesamte Kette abgebildet werden: Sehen durch Kameras, Lidar und Radar. Doch deren Informationen helfen allein nichts. Sie müssen in einem Denkprozess zu richtigen Entscheidungen führen, die dann passend umgesetzt werden. Sensorik allein hilft da wenig. Sommer: Ein Smartphone wird niemals fahren können. Nach der Sensorik kommen Begriffe wie künstliche Intelligenz und deep learning ins Spiel, neuronale Netze, die in der notwendigen Geschwindigkeit die richtigen Entscheidungen generieren. Danach müssen Antrieb, Fahrwerk, Lenkung, und Sicherheitssysteme richtig handeln – oder im Zweifelsfall die Insassen schützen.

Nichts weniger ist der Anspruch der neuen ZF. Natürlich wollen sie alle diese Komponenten zu einem Gesamtsystem zusammenpacken, so dass der Autohersteller von der Sensorik bis zu Bremsen alles in einem System kaufen kann. Auf dem Weg dahin wird das Radarsystem nicht die einzige Lücke sein. Aber ZF arbeitet intensiv daran, in Kooperation mit Start-ups und Großen wie Nvidia dem Gesamtansatz nahezukommen. Deswegen widmet sich das Unternehmen zurzeit besonders dem Feld Big Data. Dabei kann das Unternehmen zum Beispiel in der Kooperation mit NVidia und anderen viel Know-how über die Prozesse und über Anwendungen erfahren und umsetzen.

Die Bedeutung, die ZF dem zuzuschreibt, wird auch sichtbar in einer neuen Vorstandsfunktion. Das Unternehmen am Bodensee hat nun auch einen Chief Digital Officer, die Inderin Mamatha Charmorathi, die zwischen Friedrichshafen, Detroit und Haiderabat kreiselt. Dort in Indien baut ZF große IT-Kapazitäten auf. Von 2500 IT-Ingenieuren in der Endausbaustufe spricht Charmorathi. Heute arbeiten dort schon 1000 Programmierer für ZF.

Charmorathi charakterisiert ZF als ein mehr als „einhundert Jahre altes Start-up“. Sommer sieht sein Unternehmen einem rasend schnellen Wettlauf mit klassischen Zulieferern und Automobilherstellern ausgesetzt, aber auch mit branchenfremden und finanzstarken Unternehmen. Denen sagt er, ohne die klassische Mechanik wird sich auch in Zukunft kein Auto bewegen. ZF sei das einzige Unternehmen, das intelligente Mechanik anbiete.

So endet denn diese Bilanzpressekonferenz mit der Einsicht, dass stabile Finanzen wie man sie bei ZF sieht, nicht mehr alles sind. Was zählt, ist die Geschwindigkeit, mit der zukunftssträchtige Technologien auf den Markt gebracht werden können. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



Stefan Sommer.

Foto: Auto-Medienportal.Net



Stefan Sommer.

Foto: Auto-Medienportal.Net



Stefan Sommer.

Foto: Auto-Medienportal.Net



Konstantin Sauer.

Foto: Auto-Medienportal.Net



Stefan Sommer und Konstantin Sauer (von links).

Foto: Auto-Medienportal.Net



Stefan Sommer und Konstantin Sauer (von links).

Foto: Auto-Medienportal.Net



Mamatha Chamarthi.

Foto: Auto-Medienportal.Net/ZF