

**Zusammenfassung des
Kepler Cheuvreux Swiss Seminar 2023**

Inhaltsverzeichnis

Geberit	Seite 2
Holcim	Seite 4
Schindler	Seite 6
VAT	Seite 8
Sika	Seite 10

Geberit – Christian Buhl (CEO)

Auch wenn das Bevölkerungswachstum in zahlreichen Ländern nicht hoch ist, steigt die Anzahl der Haushalte weiter deutlich an. Dies weil immer weniger Personen in einem Haushalt leben. Nebst diesem langfristigen Trend sind auch die Alterung, höhere Sanitärstandards und vor allem auch das Sparen von Wasser fundamentale Treiber für Geberit.

Das Unternehmen verfolgt die vor 8 Jahren eingeschlagene Strategie konsequent und investiert jährlich CHF 70 Mio. bis CHF 80 Mio. in die Entwicklung neuer Innovationen. Durchschnittlich werden pro Jahr 35 Patente angemeldet. Die 10 technologischen Themen sind dabei breit und reichen von statischen Eigenschaften (z.B. Lärmemission beim Spülen), über Material, Elektronik bis zur Oberfläche und Hygiene. Mit zunehmendem Wohlstand erhöhen sich auch die Bedürfnisse der Kunden im Bereich der Toiletten. Wie wichtig neue Produkte für Geberit sind zeigt das vergangene Jahr, wo 20% der Verkäufe auf Neuentwicklungen zurückzuführen sind und damit 3/4 des Wachstums verantworteten. Nebst der Innovation liegt der Fokus auf der Optimierung von bestehenden Prozessen, der geographischen Expansion und der Fokussierung auf Sanitärprodukte. Eine Expansion in andere Märkte schliesst der CEO kategorisch aus.

Der CEO zeigt sich überzeugt, dass besonders das Thema Wassersparen in der Zukunft mehr Beachtung finden wird. Da in einem Haushalt nebst der Dusche die Toilette am meisten Wasser verbraucht, ergeben sich für Geberit in diesem Gebiet neue Möglichkeiten. So hat das Unternehmen mit Acanto eine neue Toilette entwickelt, welche dank einer asymmetrischen Spülung (wird durch den Einbau einer Kante erreicht) eine 10% bessere Performance erreicht und einen kleineren Wasserverbrauch aufweist. Während eine Toilettenspülung in den 70er Jahren noch rund 14 Liter Wasser benötigte, konnte dieser Wert auf 2 Liter reduziert werden. Zudem ist die Installation einfacher. Dies ist besonders in Märkten relevant wo es für Installationsfirmen schwierig ist, qualifiziertes Personal zu finden. Dank des geringeren Keramikanteils kann Acanto zudem im mittleren Preissegment angeboten werden und spricht damit ein breites Publikum an.

Beim Thema ESG weist der CEO darauf hin, dass Geberit bereits seit 1990 den Posten des «Head Sustainability» eingeführt hat und seit dem Jahr 2004 einen Nachhaltigkeitsbericht für die gesamte Gruppe veröffentlicht. Alleine im vergangenen Jahr konnten die CO₂-Emissionen des Unternehmens im Verhältnis zum Umsatz um 22% reduziert werden.

Im laufenden Jahr rechnet das Unternehmen mit einem herausfordernden Umfeld. Auf der einen Seite ist die Nachfrage nach Renovationen und auch nach neuem Wohnraum, insbesondere im wichtigen deutschen Markt, weiterhin sehr hoch. Auf der anderen Seite verteuern höhere Löhne (+5% bis 6% werden erwartet) und Rohstoffkosten die Produkte. Zudem könnte es aufgrund der Energieproblematik vermehrt zu

Investitionen in Heizlösungen kommen, womit bei Renovationen das zur Verfügung stehende Geld in andere Bereiche als im Sanitärbereich investiert werden würde. Bei den Rohmaterialpreisen weist Herr Buhl darauf hin, dass diese zwar im ersten Quartal auf Niveau des 4. Quartals liegen aber weiterhin 32% über dem Vorjahreswert. Der Inflationsdruck kann zudem nur verzögert weitergegeben werden, weil Geberit den Installateuren Zeit geben muss (2 bis 3 Monate), um die Preise anzupassen. Der CEO weist zudem darauf hin, dass Preiserhöhungen erst jetzt problematisch werden, weil das Thema in den Medien an Beachtung verliert, während zuvor die Kunden dadurch auf Erhöhungen vorbereitet waren.

Unsere Meinung

Geberit ist eine Top-Gesellschaft, welche in den vergangenen Jahren (2015 bis 2022) ein EPS Wachstum von 10.9% und eine Cashflow-Marge von durchschnittlich 19.9% erwirtschaftete. Das Unternehmen ist gut positioniert und fair bewertet. Themen wie Wassermangel, höhere Hygiene oder eine einfachere Installation kann das Unternehmen durch die technologische Führerschaft und die nötigen Mittel gut angehen. Auch wenn dies mittelfristige, beste Voraussetzungen sind, dürften kurzfristig Wärmepumpen einen erheblichen Anteil des Renovationsbudgets von Kunden einnehmen und das Geschäft lähmen. Im Augenblick scheint es deshalb bessere Alternativen zu geben.

Holcim – Jan Jenisch (CEO)

Holcim erwirtschaftete im abgelaufenen Jahr ein Rekordergebnis und hat damit eindrücklich gezeigt, dass die Transformation des Unternehmens – vom reinen Zementkonzern zu einem Komplettanbieter im Bau – auf gutem Weg ist. Mit den zahlreichen Transaktionen hat das Unternehmen das Portfolio verbessert, die Margen ausgebaut und die Umweltbelastung deutlich reduziert. Herr Jenisch macht klar, dass dieser Prozess noch nicht abgeschlossen ist. Zu den 9 Transaktionen, welche in den ersten 2 1/2 Monaten des laufenden Jahres getätigt wurden, dürften bis Ende Jahr noch rund 20 dazukommen.

Der Bereich Solutions & Products wurde unter anderem mit den Übernahmen von Firestone (Flachdächer) und Duro-Last (Dachmaterialhersteller) deutlich ausgebaut und weist mittlerweile einen Umsatzanteil von 19% aus. Das Ziel liegt darin, diesen bis 2025 auf 30% zu erhöhen. In Nordamerika ist der Bereich mit 37% Umsatzanteil bereits bedeutender als das traditionelle Zementgeschäft (31%), mit welchem Holcim gross wurde. Im laufenden Jahr rechnet der CEO im US-Geschäft gar mit 40% Umsatzanteil und einem EBIT-Beitrag von 45%. Den US-Markt bezeichnet Jenisch als den wichtigsten Markt der kommenden 10 Jahre und bezeichnet ihn als «super strong». Mit den Übernahmen hat Holcim die Weichen gestellt, um von diesem Wachstum zu profitieren. Die Region USA dürfte schneller die Marke von 50% des Gesamtkonzernumsatzes erreichen als geplant.

Das Dachgeschäft ist deshalb so spannend, weil es dabei nicht mehr nur darum geht das Wetter abzuhalten. Heute geht es bei Sanierungen oder auch Neubauten ebenfalls um Energieeffizienz oder grüne Nutzung. Die Preise für solche Dienstleistungen sind sehr attraktiv und die Margen liegen rund 2/3 über dem angestammten Holcim Geschäft. Zudem ist der Markt, besonders in den USA, mit geschätzten USD 40 Mrd. sehr gross. Chancen gibt es aber auch in Europa (Markt von ca. USD 20 Mrd.). Holcim rechnet damit, den Umsatz in diesem Bereich von aktuell USD 4 Mrd. problemlos auf über USD 8 Mrd. steigern zu können. Jenisch spricht davon, bei Übernahmen in diesem Segment eine EBITDA-Bewertung von ca. 11 zu bezahlen und zeigt sich zuversichtlich einen Wert von 20 bis 22 zu erreichen.

Beim Ausblick zeigt sich der CEO bescheiden zuversichtlich. Das Umsatzwachstum dürfte zwischen 3% bis 5% ausfallen, was aber auf Preiserhöhungen (5% bis 10%) zurückzuführen ist. Bei den Margen auf Basis EBIT, ist Herr Jenisch sehr zuversichtlich. In den ersten Monaten des laufenden Jahres konnten weitere Preiserhöhungen (10%) durchgesetzt werden. Der erwartete Cashflow in der Grössenordnung von CHF 3 Mrd. dürfte kein Problem darstellen. Der CEO spricht davon, dass sich alle Märkte ein wenig unterschiedlich verhalten, aber allesamt positiv. Eine Rezession kann er nicht erkennen. In den USA sind besonders die Aktivitäten im Bereich der Infrastruktur sehr hoch. Dies erstaunt, weil die grossen Programme erst im Laufe des Jahres starten. Er spricht davon, überrascht zu sein, dass im ersten Halbjahr keine Probleme entstanden sind und spricht von einem «super» Jahr für das US-Geschäft. In Südamerika wird ein

leichtes Umsatzwachstum mit starker Preisentwicklung erwartet. Für Europa sieht der Konzern leicht weniger Aktivitäten aber weiterhin ein gutes Volumen und ein «super Preisumfeld». Das Indiengeschäft wurde zum richtigen Zeitpunkt verkauft und in China entwickelt es sich besser als im Vorjahr.

Nebst der guten selbstgelegten Basis scheint Holcim auch die CO2 Situation in die Karten zu spielen. Zahlreiche Unternehmen in Europa sind gezwungen, CO2-Zertifikate zu kaufen, wodurch diese Kosten zu einem grossen Aufwandsposten werden. Ein solches Umfeld erlaubt keine tiefen Preise für Zement. Holcim konnte in diesem Markt, welcher volumenmässig 3% gesunken ist, die Preise um 30% anheben. Jenisch spricht von einer neuen Realität und der Möglichkeit, die Preise verdoppeln zu können ohne die Mengen zu verlieren. Dies ist gemäss seinen Aussagen die neue, für Holcim sehr positive Realität.

Unsere Meinung

Es ist eindrücklich zu sehen, wie das Management bei Holcim die gemachten Versprechen umsetzt und die Strategie konsequent verfolgt. Der Markt scheint dies endlich zu verstehen und in der Kursentwicklung zu antizipieren. Wir sind überzeugt, dass Holcim künftig nicht mehr als Zementkonzern betrachtet und sich auch nebst dem Dach- auch im Fassadengeschäft verstärken wird. Nebst der positiven Margenentwicklung führt dies auch zu einem tieferen ökologischen Fussabdruck, was die oft verschmähten Aktien wieder auf den Radar zahlreicher ESG-Fonds und Anleger bringen sollte. Die Aktie dürfte sich auch zukünftig überdurchschnittlich entwickeln.

Schindler – Carla de Geyseler (CFO seit September 2022)

Der Aufzugs- und Rolltreppenproduzent Schindler blickt auf schwierige Monate zurück. Es rächen sich dabei die Zeiten, als der Konzern auf Kosten der Margen das Wachstum im Neugeschäft suchte. Dies wiederum machte sich rasch und deutlich in den Zahlen sowie in dem Kurs der Beteiligungspapiere bemerkbar. Auch wenn sich der Auftragseingang im abgelaufenen Jahr volumenmässig kaum verändert hat, spricht die Finanzchefin von einer besseren Margenentwicklung. Wir haben das Problem erkannt und die Verkaufsleute haben andere Anreize erhalten. Trotz des selektiveren Verhaltens weist Frau de Geyseler darauf hin, dass ein Teil des Auftragsbestandes weiterhin über ungenügende Margen verfügt. Dieser Bestand muss im laufenden und im kommenden Jahr erst abgebaut werden, bevor sich die Situation nachhaltig verbessern sollte.

Im Dienstleistungsgeschäft laufen die Geschäfte hingegen gut. Mehr als ein Viertel der Lifte sind mittlerweile über die Cloud verbunden und können von der Distanz aus betreut werden. Hier befindet sich Schindler aber auch in Konkurrenz zu kleinen spezialisierten Anbietern, welche technologisch noch im Vorteil zu sein scheinen.

Die erwähnten internen Probleme sind zudem in eine Zeit gefallen, in welcher sich im Markt einiges bewegt hat. So wurde der US-Konkurrent OTIS aus einem Konglomerat verselbständigt und hat sich seither deutlich besser entwickelt als die Konkurrenz. Die Finanzchefin spricht davon, dass das Unternehmen einen «fantastischen Job» macht und einen höheren Wettbewerb erzeugt. Intern scheinen die Amerikaner als neuer Masstab zu gelten. Zudem wurde TK Elevator vor rund 3 Jahren von Thyssenkrupp an ein internationales Konsortium verkauft. Dieser Schritt scheint sich auf dem Markt allerdings noch nicht bemerkbar gemacht zu haben.

Grundsätzlich spricht die Finanzchefin von einem kompetitiven Umfeld, was sich nicht nur auf die Produkte bezieht. Sie nennt dabei Themen wie die Industrie 5.0, Lieferketten, die Jagd nach Talenten oder auch von Kapazitäten und Kompetenzen an der Kundenfront. Diese Bereiche haben einen starken Einfluss auf die Konkurrenzfähigkeit.

Im wichtigen chinesischen Markt (Schindler Platz 3 in China) sieht die Finanzchefin trotz weiterhin rückläufiger Neuinstallationen kleine Lichtblicke. Die lokale Konkurrenz ist eher auf Unterhalt und Reparaturen fokussiert. Trotzdem betont sie, dass hier die Kosteneffizienz immer wichtiger wird. Sie gibt dabei offen zu, dass Schindler mehr bei den Ausführungen herausholen muss. Die Produktpalette muss weiterhin gestrafft und die Konnektivität erhöht werden. Das Geschäft mit existierenden Anlagen und der Modernisierungen ist weiterhin wachsend, ist aber auch in China vermehrter Konkurrenz ausgesetzt. Sie betont, dass Schindler über viel Wissen und einen guten Namen verfügt. Dies hat letztlich auch geholfen, dass die meisten Kunden dem Konzern, trotz Problemen, die Treue halten. Der gesamte chinesische Markt zeigt sich deutlich reifer als in der Vergangenheit, was dazu führt, dass das Unterhaltsgeschäft, welches momentan für ca. 20% steht, überdurchschnittlich wachsen dürfte.

Die Geschäfte in Europa entwickeln sich eher leicht negativ. Der Süden läuft dabei aber besser als der Norden. Die USA zeigen keine grossen Impulse.

Der im Februar gegebene Ausblick hat sich nicht verändert. Das Unternehmen rechnet weiterhin mit einem tiefen einstelligen Wachstum bei der Profitabilität. Dabei sollen die Kosten im gesamten Konzern weiter gesenkt und die Profitabilität in zahlreichen Ländergesellschaften erhöht werden. Mit sogenannten Green Packages wird zudem versucht, den CO₂-Ausstoss bis 2040 im Vergleich zu 2020 um 90% zu senken.

Unsere Meinung

Schindler hat weiterhin mit sich selber zu kämpfen und dürfte dadurch noch die nächsten ein bis zwei Jahre beschäftigt sein. Ein Hinweis dafür ist auch, dass andere Unternehmen von einer guten Dynamik im US-Bereich sprechen, woran Schindler scheinbar nicht partizipieren kann. Es wird dauern bis die alten margenschwachen Aufträge ausgeführt wurden und die Margen für das Geschäft wieder nachhaltig steigen. Die Beteiligungspapiere drängen sich noch nicht auf. Für Investoren, welche auf den Turnaround hoffen, bieten Namenaktien aufgrund des tieferen Preises die bessere Alternative als die Partizipationsscheine.

VAT – Michael Allison (CEO) und Fabian Chiozza (CFO)

Die Vakuumventile von VAT werden im Technologiebereich fast überall verwendet. Die fortschreitende Technologisierung führt zu einem stark wachsenden Markt in welchem das Unternehmen über die technologische Führerschaft verfügt. In den vergangenen vier Jahren wurde das Augenmerk auf die operativen Strukturen gelegt, was sich in den Margen des Unternehmens widerspiegelt. Im vergangenen Jahr wurde mit einem Umsatz von CHF 1.145 Mrd., eine EBITDA-Marge von 35% und ein Cashflow von CHF 228 Mio. (19.8%) erwirtschaftet. Über 75% des Umsatzes ist auf die Halbleiterbranche zurückzuführen in welcher VAT über einen Marktanteil von 75% verfügt. Gemäss CEO liegt der Zielwert bei 80%.

Das gesamte Chipequipment-Geschäft beziffert der CEO auf aktuell ca. USD 50 Mrd. Dies dürfte gemäss Prognosen auf USD 80 Mrd. anwachsen. Die grossen Anbieter wie z.B. LAM verfügen über einen Marktanteil von ca. USD 20 Mrd. Es gibt also noch zahlreiche kleine Mitstreiter auf dem Markt (z.B. Inficon). Da VAT bei sämtlichen grossen Anbietern mit dabei ist, würde eine Konsolidierung der Branche, welche allgemein erwartet wird, eher von Vorteil sein.

Auch wenn die Produktion der Ventile, wie Herr Allison mitteilt, grundsätzlich kein Problem ist, rechnet VAT nicht mit neuer Konkurrenz im Markt. Dies weil ein Unternehmen rund 12 Jahre investieren muss, bis das Endprodukt verkauft werden kann. Für die meisten Unternehmen ist dies eine zu lange Zeit ohne Ertrag und stellt deshalb eine hohe Markteintrittsbarriere dar. Von Vorteil ist auch, dass die Produkte von VAT grundsätzlich benötigt werden, egal welche Technologie sich im Halbleiterbereich weiterentwickelt oder sich schlussendlich durchsetzt. Er weist darauf hin, dass die Herstellung des Ventils kein Problem sei, dieses dann aber für die Anwendung des Kunden brauchbar zu machen eine grosse Herausforderung darstellt.

Im Gegensatz zum Halbleitermarkt ist der Bereich mit den Displays schwieriger. Hier zeigt sich, was passiert, wenn China ins Spiel kommt. Gemäss Herr Allison ist dieser Markt kaputt, weil chinesische Unternehmen ohne wirtschaftliches Modell ein Angebot generieren, welches nicht absorbiert werden kann. Der CEO weist darauf hin, dass VAT hier nur noch ein kleines Team unterhält, um drei wichtige Kunden zu bedienen.

Das Unternehmen, welches rund 300 Forscher beschäftigt, ist in die Entwicklung von neuen Produkten früh involviert. Die Probleme werden an die Gesellschaft herangetragen und diese versucht dann, eine Lösung zu entwickeln. Nebst Neuentwicklungen ist VAT aber auch bestrebt, den Dienstleistungsanteil auszubauen. Bis 2027 soll der Umsatz von aktuell CHF 200 Mio. auf CHF 400 Mio. verdoppelt werden. Die Profitabilität auf Stufe EBITDA soll dabei zwischen 32% bis 37% liegen.

Um das zukünftige Wachstum zu bewerkstelligen, setzt das Unternehmen auf eine neue Fabrik in Malaysia, welche CHF 450 Mio. bis CHF 500 Mio. zusätzlichen Umsatz generieren soll. Mittelfristig wird die Produktionskapazität in Malaysia damit auf rund CHF 1 Mrd. erhöht. VAT ist seit 11 Jahren in Malaysia tätig und hat gezeigt, dass trotz

der deutlich tieferen Kosten die gleiche Produktqualität erreicht werden kann. Das neue Werk wird sich entsprechend positiv auf die Margen des Konzerns auswirken. Der Gesamtumsatz soll mittelfristig auf CHF 2 Mrd. steigen. Weiterhin sollen rund 5% bis 6% des Umsatzes in Forschung & Entwicklung investiert, sowie bis zu 100% des Mittelflusses als Dividende ausbezahlt werden.

Beruhigt haben sich die Lieferkettenprobleme. Auch wenn das Unternehmen die Produktion nie stoppen musste, war man gemäss eigenen Aussagen kurz davor. Auch die Rohmaterialsituation bezeichnet der CEO als besser.

Der Halbleitermarkt verfügt – im Gegensatz zu den Aussagen der alten Führung – weiterhin über einen Zyklus. Das Management rechnet damit, dass der Boden der momentanen Abschwächung in den nächsten zwei Quartalen erreicht werden dürfte. Im laufenden Quartal wird mit einem weiteren deutlichen Auftragsrückgang gerechnet. Das Unternehmen kann aber auf einen guten Auftragsbestand zurückgreifen. Eine Besserung erwartet VAT gegen Jahresende. Erfahrungsgemäss profitiert das Unternehmen rund ein Quartal vor dem Aufschwung von neuen Aufträgen. Der CEO gibt zu, dass es einzelne Auftragsannulierungen gibt, diese aber nicht substantiell seien.

Unsere Meinung

VAT vereint alles was ein Investor sich wünschen kann. Gutes Wachstum, hohe Margen eine grundsolide Bilanz und ein überzeugendes Management. Die Marktstellung ist beeindruckend und die technologische Führerschaft scheint unbestritten zu sein. Die Zyklen des Sektors kann die Gesellschaft problemlos aussitzen. Gefahr für den ganzen Sektor könnte aufgrund weiterer Sanktionen der Spannungen zwischen China und Russland sein. Für langfristige Investoren sind die Aktien aber attraktiv.

Sika – Christine Kukan (Head of IR)

Sika ist ein Unternehmen, das auf das Bau- und Transportwesen ausgerichtet ist. Nach Angaben von Frau Kukan, legte das Unternehmen im letzten Jahr eine gute Entwicklung, vor allem in Amerika, hin. Auch die Prognose für die zukünftige Entwicklung ist positiv. Das Haupttätigkeitsgebiet ist die Infrastruktur wie unter anderem Brücken, Tunnels sowie die Versorgung der Infrastrukturarbeiten. Ebenfalls zählt die Wasserinfrastruktur dazu. Besonders im Bereich der Wasserinfrastruktur werden Investitionen in Zukunft geplant, wobei bereits einige Projekte in Lateinamerika aktuell sind.

Für Sika erweist sich das Marktumfeld als schwierig, wobei vor allem der europäische Markt in Bezug auf Volumen herausfordernd ist. Im Hinblick auf das Vertriebsgeschäft ist nach Angaben von Frau Kukan ein negativer Einfluss zu beobachten. Als Grund nennt sie die Inflation, welche europäische Haushalte belastet und die Investitionen dämpft.

Weitere negative Einflüsse für das Unternehmen sind die steigenden Zinsen. Diese wirken sich negativ auf die Aufträge aus. Trotz des vorhandenen negativen Einflusses, sind aber keine signifikanten Reduktionen zu spüren.

Geopolitische Probleme wie unter anderem der Russland-Ukraine-Konflikt haben einen eher kleinen Einfluss auf das Unternehmen. Bereits vor dem Ausbruch des Konflikts betrug der Umsatzanteil in der Ukraine und Russland rund 1%. Aktuell zeigt sich ein Rückgang des Geschäfts in diesen Gebieten um 50%, wobei die Profitabilität trotzdem vorhanden ist. Hauptsächlich das Geschäft mit Mörtel läuft weiter. Durch den Konflikt und die damit zusammenhängenden Sanktionen und Probleme, gibt es keinen Im- oder Export in oder aus diesen Staaten. Der Handel begrenzt sich somit auf den «second hand» Markt innerhalb der Länder.

Der chinesische Markt zeigt sich weiterhin als sehr interessant und wichtig für Sika. Bereits ab dem 2. Quartal 2023 soll sich das Geschäft in China verbessern, wobei ab der 2. Jahreshälfte 2023 mit einer Rückkehr zum Vor-Corona-Niveau gerechnet wird. Hierbei wurde das Geschäft hauptsächlich dadurch belastet, dass die abrupten Geschehnisse, wie etwa die diversen Corona-Massnahmen, nicht einkalkuliert waren.

Aufgrund der Inflation zeigte sich ein starker Anstieg der Rohstoffpreise. Vor dem Jahr 2021 betrug die durchschnittliche Wachstumsrate der Einkaufspreise rund 1%. Dieses Wachstum stieg im Jahr 2021 auf +6% und sogar auf +15% im 2022. Seit Anfang 2023 zeigt sich ein klarer Trend nach unten. Das Unternehmen kalkuliert die Wahrscheinlichkeit als hoch, dass der Trend auch anhalten wird und die Preise weiterhin sinken werden. Der Vorteil für das Unternehmen lag dabei in der Möglichkeit, die Preise als Marktführer grundsätzlich als erstes Unternehmen nach oben anzupassen. Weiter plant es, die Preise aufgrund der Marktmacht als letzter nach unten anpassen zu müssen. Negativ wirkt sich der Einfluss der Preisanstiege auf die Erhöhung der Löhne aus. Hinzu kommt in diesem Bereich der Mangel an spezialisierten Arbeitskräften, welcher

besonders in den USA ersichtlich ist. Sika bezeichnet die Lage aber nicht als kritisch. Das Problem liegt mehr bei den Kunden, wobei z.B. der Mangel an Lastwagenfahrer die Kunden beschäftigt und somit einen Einfluss auf die Distribution von Sika haben kann.

Das Thema Nachhaltigkeit scheint aus Sicht des Nachhaltigkeitsgedankens eher in Europa auf Interesse zu stossen. Im amerikanischen Markt ist der Gedanke unwichtiger. Hierbei liegt der Fokus mehr auf Geschäftsoportunitäten sowie auf Geschäftsrisiken. Allgemein zeigt sich, dass das Thema immer mehr an Bedeutung gewinnt. Vor allem in den letzten Jahren gab es einen grossen Anstieg im Interesse aber auch im Wissensstand.

Für Sika ist dies eine Opportunität, welche sie begrüssen, da das Unternehmen nach eigenen Angaben klarer Leader in ihrem Geschäftsgebiet ist. Dadurch werden es die anderen kleineren- bis mittleren Unternehmen schwerer haben, mit den Nachhaltigkeitsentwicklungen Stand zu halten, was wiederum die Marktmacht von Sika unterstützt.

Unsere Meinung

Sika ist ein solides Unternehmen mit einer starken Marktposition. Dennoch zeigen sich diverse Hürden, die die Gesellschaft hinsichtlich der immer mehr an Bedeutung gewinnenden Nachhaltigkeit belasten. Hierbei muss jedoch die Marktmacht des Unternehmens als positiver Einfluss herausgestellt werden. Aufgrund der historischen Bewertung, ist die Aktie momentan unserer Meinung nach fair bewertet und bietet bei weiteren Rückschlägen eine Kaufgelegenheit.

Verfasser: Sven Mathis, Key Advisors AG

Erstellungsdatum: 06. April 2023

KEY ADVISORS AG, Aeschengraben 9, CH-4051 Basel, Tel: 061 226 20 35, www.keyadvisors.ch

Der vorliegende Bericht wurde von der KEY ADVISORS AG erstellt und dient der Information an Kunden sowie andere interessierte Kreise. Sämtliche im Bericht enthaltenen Informationen basieren auf den von Firmen und Banken zur Verfügung gestellten Unterlagen oder Informationen. Sie wurden mit grösstmöglicher Genauigkeit recherchiert und aufbereitet. Trotzdem können Fehler, Falschangaben, oder Missverständlichkeiten nicht ausgeschlossen werden. Unsere Einschätzungen und Beurteilungen wurden so umsichtig wie möglich erstellt; sie bieten aber keine Gewähr für eine identische zukünftige Entwicklung. Die KEY ADVISORS AG übernimmt daher keine Garantie und keine Haftung für die Richtigkeit der in dieser Publikation vermittelten Informationen.