

# TKH INNOVATIEF DE CRISIS DOOR

De economische crisis zorgde voor een behoorlijke kink in de groeikabel, maar TKH denkt als geen ander te kunnen profiteren van marktherstel.

TEKST: PETER SCHUTTE (FREELANCEJOURNALIST)

**S**inds het barsten van de telecombubbel in 2002 heeft technologiebedrijf TKH ingezet op het ontwikkelen van systemen en netwerken met een hoge toegevoegde waarde waarmee de klant efficiencyvoordelen kan behalen. De focus is hierbij komen te liggen op niches in groeimarkten als veiligheid, communicatie, zorg en energiebesparing. Deze strategie legde het bedrijf uit Haaksbergen geen windeieren en resulteerde in een toename van de winst per aandeel (voor amortisatie) van 0,37 euro in 2003 tot 1,43 euro over 2008, een gemiddelde jaarlijkse groei van 31 procent. Het bedrijfsresultaat als percentage van de omzet (return on sales – ROS) steeg in die periode van 6,2 procent in 2003 tot 8,0 procent in 2008.

Terwijl TKH aanvankelijk dacht met deze strategie redelijk immuun te zijn voor de economische conjunctuur, werd het bedrijf vorig jaar over de volle breedte van de activiteiten geconfronteerd met teruglopende investeringen. Dit resulteerde in een omzetafname van 27,1 procent tot 726,4 miljoen euro. Juist vanwege de hoge margeactiviteiten zakte de winst per aandeel met liefst 95 procent tot 0,07 euro en viel de ROS terug tot 5,6 procent. Onderliggend zijn er lichtpuntjes waar te nemen, waardoor de winst mogelijk ook weer snel omhoog kan.

In veel segmenten wist TKH via innovatieve oplossingen marktaandeel van concurrenten af te snoepen zonder prijsconcessies te doen. Sterker, door het hoge aandeel innovaties in de omzet – liefst 21,1 procent van de omzet betrof oplossingen die in de afgelopen twee jaar zijn geïntroduceerd – en een betere productmix steeg de brutomarge vorig jaar zelfs van 37,1 procent naar 40,8 procent. TKH heeft daarmee de nodige 'pricing power' laten zien. Klanten blijken



wel degelijk bereid een goede prijs te betalen als zij met de geboden oplossingen zelf ook waarde kunnen creëren. In slechte tijden ontbreekt het echter vaak aan financieringsruimte om überhaupt te investeren. TKH heeft niettemin vertrouwen in de eigen strategie en toont dat middels het dividendvoorstel van 0,50 euro per aandeel (2008: 0,66 euro).

## ZWAARDER INZETTEN OP AZIË

Het segment Telecom Solutions boekte een omzetzakking van 17,4 procent tot 149,2 miljoen euro. Met name bij de indoor-telecomsystemen ondervond TKH behoorlijke tegenwind van de slechte bouwmarkt en gedaalde consumentenbestedingen. De verkoop van glasvezelkabels en toebehoren viel daarentegen met slechts 5,4 procent terug. Financieringsbeperkingen en een terughoudend investeringsbeleid van Europese telecombedrijven zette een rem op de investeringen, maar TKH wist de ste-

vige vraaguitval in Europa (-25%) op te vangen door een fors groeiende vraag vanuit China (>75%). Dit maakt duidelijk dat het bedrijf nog wel wat zwaarder mag inzetten op deze regio, want de verkopen in Azië zijn beperkt tot 10 procent van de concernomzet. TKH verwacht dat er een versnelling zal optreden in investeringen in nieuwe netwerkcapaciteit.

Het segment Building Solutions zag de omzet met 15,6 procent dalen tot 283,1 miljoen euro. Het onderdeel Building Technologies wist in de tweede jaarhelft evenwel een 15 procent hogere winst te boeken door succesvolle innovaties in de zorgsector en op het gebied van energiezuinige systemen. Hier valt een duidelijke wisselwerking tussen de verschillende onderdelen waar te nemen. Oplossingen voor zorg op afstand stimuleren namelijk de vraag naar glasvezel, terwijl bij een voortgaande 'verglazing' van steden meer breedbandoplossingen voor binnenhuisautomatisering in aanmerking