



MANAGEMENT-INTERVIEW

Mox Telecom AG: Expansion auf Basis höherer Ertragsstärke

Mit der Übernahme der schweizerischen IPS AG, einem speziellen Dienstleister im Auslandszahlungsbe- reich, der für Migranten eine Prepaid MasterCard mit einmaliger Gebührenstruktur anbietet, hat Mox Te- lecom nicht nur seine erste Akquisition in der dreizehnjährigen Firmengeschichte vorgenommen, sondern auch gleichzeitig das Versprechen wahrgemacht, in ein höher margiges Geschäft expandieren zu wollen. Mox hat ehrgeizige Expansionsziele und entscheidet sich immer stärker für das sogenannte „Buy“ anstatt „Make“ im Firmenaufbau: Mit Übernahmen können neue Märkte schneller erobert werden, als wenn sie von Mox selbst entwickelt werden müssen. financial.de wollte vom Firmengründer Dr. Günter Schamel wissen, wie sich Mox künftig aufstellen möchte.

IM INTERVIEW

DR. GÜNTER SCHAMEL

VORSTANDSVORSITZENDER DER MOX TELECOM AG



„Financial.de“: Herr Dr. Schamel, wie ist das vergangene Jahr gelaufen?

Dr. Schamel: Wir haben im vergangenen Jahr trotz Weltwirtschaftskrise unseren Wachstumskurs fortset- zen können. Der Umsatz ohne Akquisitionen ist um ca. 9 % auf Euro 93,0 Mio. (Vj 85,4 Mio.) gewachsen. Der EBITDA konnte in Folge überproportional um 13,7% auf Euro 4,0 Mio. (Vj 3,5 Mio.) gesteigert werden. Wohlge- merkt - die Zahlen 2009, wie sie gerade skizziert wurden, beinhalten das rein organische Wachs- tum, d.h. auch ohne die Übernahme der IPS haben wir in 2009 wieder ein beeindruckendes Wachstum erreicht. Das 2009'er EPS der Mox AG ohne Sondereinflüsse von 76 Cent ist ein gutes Ergebnis und damit voll innerhalb unserer Prognosen. Alles in allem würde ich sagen, es war wieder ein sehr gutes Jahr für unsere AG.



„Financial.de“: Dann werden Sie die Aktionäre an einer höheren Ausschüttung partizipieren lassen?

Dr. Schamel: Wir zahlen seit dem Geschäftsjahr 2003 kontinuierlich Dividende und lassen so unsere Aktionäre am Unternehmenserfolg teilhaben. Wichtig ist dabei, immer die angemessene Balance zwischen Ausschüttung und Innenfinanzierungskraft zu schaffen – das ist uns, meiner Meinung nach, bisher sehr gut gelungen.

Sie wissen, wir haben bereits im vergangenen Jahr mit der Ausschüttung für das Geschäftsjahr 2008 die Dividende von Euro 0,25 (2007) auf Euro 0,30 angehoben. Außerdem haben wir das Kapital im vergangenen Jahr von Euro 2,64 Mio. auf 3,52 Mio. erhöht. Würden wir die Ausschüttung auf demselben Niveau belassen, würde damit die Dividendensumme von 0,79 Mio. auf 1,065 Mio. wachsen.

2010 könnte für Mox das Jahr der Akquisitionen werden. Wir haben gerade die Aglow Limited in Singapur übernommen. Ich bitte um Verständnis, keine weiteren Details nennen zu können: Wir sind allerdings in ein, zwei weiteren M&A-Projekte fortgeschritten und es könnten im ersten und zweiten Halbjahr noch weitere bedeutende Nachrichten in dem Zusammenhang kommen. Da wir gleichzeitig überdurchschnittlich stark akquirieren wollen, ist eine Erhöhung der nominellen Ausschüttung vor dem Hintergrund der aufgezeigten Faktoren eher unwahrscheinlich.

„Financial.de“: Mox will vor allem im margenstarken Geschäft expandieren. Wie kommt es, dass die Schweizer IPS eine 20 x höhere EBIT-Marge hat, als das eigentliche Prepaid Telefonkartengeschäft?

Dr. Schamel: Mit beiden Produktbereichen – der CallingCard sowie den „verwandten Produkten“ (z.B. der „Mobile Dialer“) als auch der Prepaid MasterCard – sprechen wir dieselben Zielgruppen an: Die Migranten in der Welt. Ersteres ist Sprachtelefonie mit Nettoerträgen zwischen 3 – 7 %, das letztere bezieht sich auf die weltweiten Transferzahlungen der Migranten in ihre Heimatländer. Die Prepaid Kreditkarte entspricht also bei gleicher Zielgruppe einem Produkt aus dem Finanzmarkt mit entsprechender höherer Nettoerträge. Da das Kreditkartenprodukt mit minimalen Fixkosten auskommt, bleibt nach Kosten eine Nettoerträge von ca. 60-80 %. Das ist der Faktor 20 zu unserem „Brot-und-Butter-Geschäft“. Sie werden spätestens jetzt verstehen, warum dieses Produkt so interessant für uns ist.



„Financial.de“: Zu welcher Marge wollen Sie die akquirierte Beteiligung in Singapur entwickeln?

Dr. Schamel: Mit der Aglow Limited in Singapur schlagen wir zwei Fliegen mit einer Klappe – zum einen realisieren wir mit vertretbarem Kapitaleinsatz und deutlich schneller den asiatischen Netzknoten. Zum anderen haben wir mit Aglow alle Möglichkeiten durch die starke Präsenz in der Region an dem riesigen Potential der benachbarten Märkte, wie z.B. Indonesien, Malaysia und Vietnam, zu partizipieren. Die Infrastruktur ist da und wir sind mitten im Prozess, z.B. die passenden Vertriebsmitarbeiter für die Länder zu suchen. Aglow ist vergleichbar mit Mox Arabia in Dubai – sowohl von dem Wachstumspotential als auch den Margen. Die Marge liegt dort tendenziell oberhalb der Marge von Wettbewerbsregionen, wie z.B. Europa.

„Financial.de“: Was haben Sie als nächstes Akquisitionsziel auf Ihrem Radar?

Dr. Schamel: Ich hatte ja schon angedeutet – wir haben noch viel vor. Unsere anorganische Wachstumsstrategie erfolgt schon sehr strukturiert und zielorientiert, deswegen auch die Übernahmen in der Schweiz und in Singapur. Beide Firmen passen sehr gut ins Unternehmensportfolio, ergänzen das vorhandene Produktspektrum bei gleicher Zielgruppe sowie die existierende, technische Infrastruktur, ohne vorhandenes Geschäft in Frage zu stellen oder zu kannibalisieren.

Wir sehen anorganisches Wachstumspotential vor allem in Afrika und in USA. Vor allem letztere Region, um unsere Wertschöpfungskette von der Produktion bis an den Point-of-Sale zu verlängern. Durch deutlich erhöhte Umsatzvolumina könnten wir zudem nennenswerte Skaleneffekte im Einkauf realisieren.

„Financial.de“: Welche Ertragsperspektiven haben Sie (ohne zusätzliche Akquisitionen) für das laufende Jahr?

Dr. Schamel: Im Hinblick auf die anhaltende, weltweite Wirtschaftskrise erlauben Sie auch uns etwas Zurückhaltung in zukunftsbezogenen Aussagen. Allerdings sehen wir auch ohne Aglow oder weitere Übernahmen ein Umsatzvolumen von deutlich oberhalb Euro 110 Mio in 2010. Dabei soll der EBITDA trotz der anstehenden Investitionen in z.B. Europa-Rollout des Kreditkartenproduktes auf über Euro 4,3 Mio. steigen. Mit diesen Zielen wollen wir den Wachstumskurs der letzten Jahre in beschleunigtem Tempo fortsetzen.



„Financial.de“: Welche Maßnahmen wird Mox ergreifen, die „Wachstumsstory Mox“ bei einer Marktkapitalisierung von Euro 22 Mio. einer breiteren Investorenbasis bekannt zu machen?

Dr. Schamel: Das ist ein ganz wichtiger und zentraler Punkt, den Sie da ansprechen. Wir haben schon einige sehr wichtige Schritte unternommen, um durch einen höheren Freefloat eine deutlich höhere Marktkapitalisierung zu erreichen. Die Liquidität ist seit der Kapitalerhöhung im Herbst 2009 signifikant gestiegen. Für einen lupenreinen Wachstumswert, der zudem seit 2000 in jedem Jahr noch profitabel und nachhaltig positive Erträge erwirtschaftet, ist die derzeitige Bewertung durch den Markt durch gewisse Börsenparameter (täglich Umsatz, Marktkapitalisierung etc), „optimierbar“, lassen Sie mich das so vorsichtig ausdrücken. D.h. flankierend gilt es die EquityStory weiterzuentwickeln, um auch weitere (internationale) Investorengruppen zu erreichen.

Sehen Sie z.B. Skype, eine US-amerikanische Firma, die Telefonie über das Internet – sog. VoIP – anbietet (und allerdings nur und ausschließlich dies). Vergleichen Sie z.B. die 2008'er Zahlen – Skype hat Umsätze erzielt in einer Größenordnung von USD 551 Mio., wir in demselben Zeitraum (in USD) in Höhe von ca. USD 110 Mio. Skype wurde zuletzt mit USD 2,7 Mrd. bewertet, wir um die USD 30 Mio. Genau diese Services von Skype bieten wir auch an und noch viele Dienstleistungen mehr – nicht zuletzt die neuen Produkte der IPS. Dennoch erreichen wir bei einem fünftel des Umsatzes nur ein hundertstel der Bewertung. Die positive Botschaft ist folglich: Im direkten Vergleich zu Skype hat Mox noch sehr viel Potential in der Marktbewertung.

„Financial.de“: Mit zukünftigen Kapitalerhöhungen kann das Management unter die 50 %-Marke fallen. Sehen Sie darin eine Gefahr, dass Sie künftig Mox nicht mehr so leiten können, wie dies in der Vergangenheit der Fall war, als Sie zusammen mit Ihren beiden Vorstandskollegen noch einen Kapitalanteil von deutlich mehr als 60 % hatten?

Dr. Schamel: Ein großer Anteil unseres Erfolges manifestiert sich in dem großen Einsatz der Mitarbeiter und dem Know-how des Managements. Wir sehen durch die Verbreiterung des Investoren- und Aktionärsbasis mehr Chance und zusätzliches Potential, als die Einschränkung unserer unternehmerischen Freiheiten. Wir freuen uns, zusammen mit unseren Aktionären und dem Aufsichtsrat die nächsten Schritte in die Zukunft der Mox-Gruppe zu gehen.



„Financial.de“: Auf welche Umsätze und Ertragsgröße wollen Sie Mox in den nächsten 4 Jahren führen?

Dr. Schamel: Wenn Sie diese Zahlen ausschließlich als „Vision“ und nicht als „Guidance“ sehen: Auch abhängig von den weiteren Akquisitionsprojekten wird „Mox 2014“ ein ganz anderes, deutlich höheres Zahlenwerk repräsentieren als „Mox heute“. Umsatzvolumina oberhalb der USD 0,5 Milliarden erscheinen uns da im Rahmen des Möglichen. Und das mit in der Tendenz zu höheren Margen als heute.

„Financial.de“: Herr Dr. Schamel, besten Dank für das Gespräch.