

# ABB will ein Stück von der Billion

Dank Präsident Trump winken in den USA riesige Aufträge - an sie will ABB auch mit der neuen Digitalplattform heran

VON FABIAN HOCK, HOUSTON

Es rüttelt, kracht und poltert auf der Strasse durch Pasadena. Als schrien die Stossdämpfer des alten Busses um Hilfe. Entlang des Weges hängen Leitungen und Transformatoren an eilig zusammengezimmernten Holzmasten. Bis in die Wohnviertel hinein reichen die scheinbaren Provisorien und liefern, wenn nicht gerade ein Sturm dazwischenkommt, Strom.

Wer vom Zentrum der texanischen Millionenstadt Houston Richtung Küste unterwegs ist, macht spätestens auf Höhe des mexikanisch geprägten Vorortes Bekanntschaft mit einem der grössten Probleme der USA der Gegenwart: der maroden Infrastruktur. Gerade in Sachen Energieversorgung ist vieles in den USA veraltet. Jahrzehntlang hat das Land vergessen, Geld in seine Infrastruktur zu stecken. Unter dem neuen Präsidenten soll das nun anders werden. Donald Trump will nicht weniger als eine Billion Dollar - auf Englisch: eine «trillion» - ausgeben, um die Infrastruktur des Landes auf Vordermann zu bringen.

## ABB meldet Ansprüche an

Wenn das Stichwort US-Infrastruktur fällt, wird man besonders in der Schweiz hellhörig. Zwei Kandidaten erscheinen sofort vor dem inneren Auge: Der weltgrösste Baustoffkonzern Lafarge-Holcim aus Rapperswil-Jona ist der eine. Hier hofft man auf milliarden-schwere Aufträge zur Sanierung von Strassen, Brücken, Flughäfen - und Mauern.

Und auch der zweite Kandidat wirft nun seinen Hut in den Ring: Der Energie- und Automationsriese ABB. «Es werden massive Investitionsprogramme kommen», sagt Konzernchef Ulrich Spiesshofer in Houston zur «Nordwestschweiz» (siehe Interview unten). «Da wir auf der Energieversorgungsseite Marktführer sind», so der ABB-CEO, «gehen wir davon aus, dass wir daran partizipieren.»

Wie die ABB möglichst viele der erwarteten Aufträge einheimen will, führt der Konzern an der Kundenmesse ABB Customer World in der texanischen Ölmetropole vor. Wichtigstes Thema: die Digitalisierung. Spiesshofer und sein neuer Digitalchef Guido Jourret präsentieren in Houston das neue Digitalprogramm des Konzerns mit dem Namen ABB Ability. Dahinter verbergen sich digitale Produkte, Dienstleistungen und Komplettlösungen, die dank Verbindung zur Cloud günstiger und effizienter eingesetzt werden können als bisher. Dafür arbeitet der Schweizer Konzern eng mit dem IT-Riesen Microsoft zusammen. Mehr als 180 Lösungen unter dem Ability-Dach hat ABB bereits auf den Markt gebracht.



Die US-Infrastruktur soll stark aufgewertet werden. Besonders im Energiesektor könnte ABB Aufträge gewinnen.

KEYSTONE

## Eine Billion Dollar für Infrastruktur

Einfach so drucken kann er sie nicht, die Billion Dollar, die auf Englisch «trillion» heisst und die Präsident Trump in die marode US-Infrastruktur stecken will. Woher sie kommen soll, ist weiterhin unklar. Auch der neue Haushaltsplan gibt keinen Aufschluss. Klar ist nur: Trump will sie ausgeben für Strassen, Brücken, Bahn, Mobilfunk und wohl auch für den Ausbau der Energienetze. (FHO)



ILLUSTRATION: MARCO TANCREDI

Und es dürften recht bald schon sehr viel mehr werden.

## Kundenanlass mit 8000 Gästen

Wie viel Hoffnung der Konzern auf Ability setzt, lässt der Rahmen errahnen, den ABB um die Lancierung gezogen hat. 8000 Gäste, hauptsächlich ABB-Kunden, folgten der Einladung ins George R. Brown Convention Center in Downtown Houston. In einer weitläufigen Halle parkt ein Tesla Model S zur Demonstration der ABB-Ladetechnik, Roboter pa-

cken Kisten um, der schlaueste von ihnen löst spielerisch einen Rubik-Würfel nach dem anderen. Ganze Kontrollräume, wie sie in den Zentralen von grossen Energieversorgern eingesetzt werden, wurden nachgebaut. Ein winziges U-Boot taucht in einem Becken und repariert fiktive Schäden im Innern eines Öltanks.

Selbst einen waschechten Astronauten bietet der Konzern auf. Dieser weist darauf, dass sich ABB-Roboter oder Elektro-Ladestationen auch gut im All respektive auf dem Mars machen

würden. Wie im Gespräch jedoch rasch klar wird, hat Captain Michael Foreman mit dem ABB-Konzern und den Produkten im Grunde gar nichts zu tun. Stattdessen war er eher zu Werbezwecken da. Typisch amerikanisch eben.

Als typisch amerikanische Firma tritt ABB in den USA tatsächlich auf. Greg Scheu, Spiesshofers Mann in den Staaten, sieht darin eine wichtige Zutat für Erfolg: «ABB hat starke Schweizer Wurzeln, aber vor Ort sind wir in der Lage, uns an die gewinnbringende Kultur des

jeweiligen Landes anzupassen», so der Chef der Region Amerika bei ABB. «In den USA sind wir sehr amerikanisch.» In der Schweiz verstehe man, dass man international sein muss, um erfolgreich zu sein, sagt Scheu.

## Aufträge im US-Energiesektor

Konzernchef Spiesshofer hat bereits angekündigt, den Divisionen und den einzelnen Regionen mehr Entscheidungsfreiheit lassen zu wollen. In den USA agiert ABB deshalb quasi als US-Firma - was in Zeiten von «America First», wie das Wirtschaftsprogramm des Präsidenten nun sogar offiziell heisst, sicher nicht die schlechteste Herangehensweise ist.

Als selbst ernannter Digital-Pionier mit amerikanischem Akzent bläst der Schweizer Konzern in den USA nun also zum Angriff auf das Eine-Billion-Dollar-Programm von Trump. Was sich die ABB davon konkret verspricht, erklärt Greg Scheu in einem offenen Raum mit Cafeteria-Charme vor dem «George Bush Ballroom» inmitten des komplett mit Teppich ausgelegten Kongresszentrums: Die bisherige Ankündigung, die amerikanische Infrastruktur zu verbessern, sei bislang allgemein gehalten, sagt der ABB-Amerika-Chef. Nur wenige Details seien bislang bekannt. Allerdings: «Es gab bereits Diskussionen über Energieprojekte.» Hier hätten die USA «an mehreren Fronten Bedarf».

## Trump hellt das Klima auf

Dass es durchaus Grund zum Optimismus gibt, liegt demnach zu einem guten Stück am neuen Präsidenten. Scheu weist darauf hin, dass sich das Klima in den USA unter Trump in Sachen Wirtschaftsfreundlichkeit bereits deutlich aufgehellt habe. Und das komme auch ABB zugute.

Grosse Hoffnungen liegen hier auf dem Energie-Bereich. Gerade beim Ausbau und der Optimierung des Stromnetzes könne ABB eine wichtige Rolle spielen, sagt Scheu. Die in den USA immer schneller wachsenden Solar- und Windparks müssten ins Netz integriert werden. Ferner spiele die Digitalisierung in Sachen Stromnetze eine überragende Rolle. «Das sind grosse Chancen für ABB.» Ein Vorgesmack, was in den nächsten Monaten und Jahren kommen könnte, ist ABBs jüngstes Stromnetz-Projekt: Für über 100 Millionen Dollar modernisiert der Konzern die Konverterstation einer Hochspannungs-Gleichstrom-Leitung zwischen Oregon und Kalifornien an der Westküste.

Erstmal heisst es jedoch: abwarten. Sobald Präsident Trump die Einzelheiten seines Infrastruktur-Plans offenlegt und die US-Behörden beginnen, Aufträge auszusprechen, wird sich zeigen, wie viel die Digitalplattform Ability und die amerikanische Firmenkultur des Schweizer Konzerns in den USA wirklich wert sind.

## «Die USA werden im Bereich Infrastruktur Gas geben»

Wie ABB-Chef Ulrich Spiesshofer den Amerikanern seine Roboter und Stromnetze schmackhaft machen will.

VON FABIAN HOCK, HOUSTON

**Herr Spiesshofer, der US-Markt ist der grösste für ABB. Und es passiert gerade viel. Sind Sie für das, was kommen wird, gerüstet?**

**Ulrich Spiesshofer:** In den letzten sieben Jahren haben wir in den USA mehr als zehn Milliarden Dollar investiert. Wir sind einer der grossen Industrie-Investoren der letzten Jahre. Wir haben heute 20 000 Mitarbeiter an 60 Standorten, die lokal forschen, entwickeln, produzieren, vertreiben. Im Bereich der Stromnetze sind wir Marktführer.

Das gilt seit der Akquisition der Firma Baldor auch für die Antriebe. Auch im Robotikbereich haben wir investiert. Insgesamt haben wir ein US-Team, das wenig importiert, wenig exportiert, sondern die Produkte lokal für den US-Markt herstellt.

**Im Bereich Infrastruktur stehen grosse Investitionen an. Von einer Billion Dollar ist die Rede. Kann ABB davon profitieren?**

Die USA werden im Bereich Infrastruktur Gas geben. Hier werden massive Investitionsprogramme kommen. Da wir auf der Energieversorgungsseite Marktführer sind, gehen wir davon aus, dass wir daran partizipieren. Ein weiteres Thema ist das Zurückholen von Arbeit in die USA - diese Arbeit wird nur wettbewerbsfähig sein, wenn sie mit Automatisierung kombiniert wird. Mit unse-

rem Komplettangebot an Robotern bis zur Antriebstechnik sind wir hier gut aufgestellt. Ich bin mittel- und langfristig optimistisch, dass es in den USA in die richtige Richtung geht. Kurzfristig gibt es im Moment natürlich sehr viel Nervosität. Wir sind aber langfristig orientiert und steuern da durch.

**In Houston haben Sie Ihre neue Digital-Strategie ABB Ability lanciert. Welche Rolle spielt sie bei künftigen Projekten in den USA?**

ABB Ability wird eine ganz entscheidende Rolle spielen. Das sehen wir schon jetzt bei den Kundenreaktionen kurz nach der Lancierung. Die Kunden sind begeistert, sie sagen: Genau das brauchen wir, um Wert zu generieren und die amerikanische Wirtschaft nach vorne zu bringen. Die Amerikaner sind sehr offen für alles, was mit Software zu tun hat.

**Funktioniert das US-Geschäft komplett autonom oder gibt es Verbindungen mit den Tätigkeiten in der Schweiz?**

Wir machen in den USA ungefähr acht Milliarden Dollar Umsatz. Weniger als 20 Prozent davon wird importiert oder exportiert. Unsere Mannschaft dort haben wir so aufgestellt und auch viel investiert, damit sie heute relativ unabhängig arbeitet. Wir haben natürlich gewisse Leistungsbeziehungen zwischen Europa und den USA, das ist jedoch ein relativ kleiner Prozentsatz. Im Bereich der Motoren haben wir die komplette Wertschöpfung hier in den USA, bei den Transformatoren auch. Im Bereich Robotik waren wir früher nicht präsent, hier haben wir ein neues Werk in der Nähe von Detroit aufgebaut. Insgesamt sind wir in den USA sehr gut aufgestellt.

**Ulrich Spiesshofer**  
ALEX SPICHALE

