

Ein erfolgreiches Geschäftsjahr

François Dujardin
Vorstandsvorsitzender
der Saint-Gobain Oberland AG
in der Hauptversammlung am 25. Juni 2003



Sehr geehrte Aktionäre,
sehr geehrte Aktionärsvertreter,

meine sehr verehrten Damen und Herren,

herzlich willkommen auch von meiner Seite zu unserer diesjährigen Hauptversammlung hier in Bad Wurzach, traditionell im Dorfstadel Ziegelbach. Als Vorsitzender des Vorstands der Saint-Gobain Oberland AG möchte ich auch im Namen meiner Vorstandskollegen Ihnen, den Aktionären unseres Unternehmens, sowie den Vertretern der Presse Bericht erstatten über die Geschäftstätigkeit unserer Gesellschaft im vergangenen Jahr. Sie wissen alle, dass die allgemeine wirtschaftliche Lage schwierig war und bleibt. Umso mehr freut es mich, dass ich Ihnen in diesem kurzen Überblick eine Bilanz vorlegen kann, die unter dem Strich durchaus sehr positiv ist. Das heißt nicht, dass die Saint-Gobain Oberland AG von der konjunkturellen Lage unberührt geblieben wäre.

Das heißt aber, dass wir die Probleme konsequent und mit Erfolg angepackt haben.

Wir haben die Probleme konsequent und mit Erfolg angepackt.

Die Kernpunkte meines Berichts sind:

- ▷ Wir konnten den Umsatz erneut steigern.
- ▷ Das Ergebnis aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit wurde nahezu auf Vorjahresniveau gehalten.
- ▷ Vor allem in den zukunftsrelevanten Bereichen sind wir nochmals stärker geworden:
 - ▷ Ich meine damit: die Innovationsfähigkeit. Wir haben neue, kreative Produkte erfolgreich auf den Markt gebracht.
 - ▷ Ich denke dabei an Qualitätssicherung: Wir haben unser Qualitätsmanagement durchgängig vorangetrieben.

- ▷ Und schließlich haben wir durch konsequentes Kostenmanagement unsere Effizienz nochmals gesteigert.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, ich möchte an dieser Stelle zuallererst den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern danken, die mit hohem Einsatz an diesem Erfolg mitgewirkt haben. Für einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess braucht man Köpfe und Hände, die offen sind für Veränderungen. Wir haben in vielen Bereichen diese Offenheit erfahren. Das macht die Saint-Gobain Oberland AG stark für die Zukunft.

Die Marktsituation 2002

Gestatten Sie mir nun einen Rückblick auf die Marktsituation im abgelaufenen Jahr. Das Wirtschaftswachstum lag nahe der Null-Linie, die Konsumenten hielten sich merklich zurück. Das wirkte sich auch negativ auf die Behälterglas-Industrie aus. In Deutschland wurden 3,5 Prozent weniger Glasverpackungen verkauft.

Das ist natürlich auch eine Folge der zunehmenden Substitution von Glas durch Kunststoff-Gebinde.

Es gab aber auch positive Impulse. So wuchs in dem für uns bedeutsamen Bierbereich der Markt neuer Biermischgetränke stark an. Hier konnte sich Glas als hochwertiges, trendiges Verpackungsmaterial profilieren. Ähnliches gilt für Spirituosenmischgetränke, die absolut im Trend liegen. Auch hier, bei den so genannten Ready-to-drink-Produkten, konnte

In Deutschland wurden im abgelaufenen Jahr 3,5 Prozent weniger Glasverpackungen verkauft.

Glas seine Stärken ausspielen. Flaschenformen und Flaschenfarben tragen wesentlich zur Markenidentität bei. „Jugendlich“ und „frisch“ wird überwiegend mit „Glas“ assoziiert.

Bei Nahrungsmitteln führten unter anderem gute Ernte-Erträge im Segment Obst- und Gemüsekonserven zu einem spürbaren Wachstum. Auch hier und bei Convenience-Produkten konnten wir gemeinsam mit unseren Kunden innovative Verpackungen entwickeln, die die Hochwertigkeit des Inhalts wirkungsvoll unterstreichen.

Was den Bereich Bauglas angeht, blieb die Bautätigkeit im Inland schwach, aber der Absatz im Exportbereich war zufriedenstellend.

Sie sehen daran, wie wichtig für uns Kreativität, aber auch die Kosteneffizienz sind, sie machen uns international konkurrenzfähig.

Die Ergebnisse im Einzelnen

Ich komme nun zu einzelnen Ergebnissen der Saint-Gobain Oberland AG.

▷ Der Gesamtumsatz konnte – wie bereits erwähnt – auch im abgelaufenen Jahr gesteigert werden. Er liegt jetzt bei 339,3 Millionen Euro. Das sind 10 Millionen Euro oder drei Prozent mehr als im Jahr

2001. Und das, obwohl der Umsatz im Kerngeschäft Glasverpackung im Inland leicht zurückging. Hier schlägt die positive Exportentwicklung zu Buche.

▷ Umsatz und Absatz konnten auch im Bereich Bauglas gesteigert werden. Auch hier maßgeblich wegen des Exportgeschäfts.

▷ Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit konnte nahezu auf Vorjahresniveau gehalten werden. Möglich wurde dies vor allem durch konsequentes Kostenmanagement, besonders beim Materialaufwand und den sonstigen betrieblichen Aufwendungen.

▷ Der Cashflow ging auf 55,8 Millionen Euro zurück. Das sind 16,4 Prozent vom Umsatz. Im Jahr zuvor lag er bei 63,9 Millionen Euro. Maßgeblich hierfür ist der geringere Jahresüberschuss.

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit konnte nahezu auf Vorjahresniveau gehalten werden.

▷ Der Eigenkapitalanteil lag zum Bilanzstichtag 31. 12. 2002 bei 51,9 Prozent. Er bietet damit ein solides Fundament für die künftigen Geschäftsaktivitäten. Das Gesamtvermögen blieb mit 230 Millionen und 447 Tausend Euro im Vergleich zu 2001 nahezu unverändert.

▷ Nahezu konstant blieb auch die Zahl der Beschäftigten bei der Saint-Gobain Oberland AG mit 1.749, davon 104 Auszubildende.

Meine Damen und Herren Aktionäre,

aufgrund dieser Geschäftsentwicklung werden Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung vorschlagen, den für das Geschäftsjahr 2002 ausgewiesenen Bilanzgewinn von 27,3 Millionen Euro wie folgt zu verwenden:

▷ für die Ausschüttung einer Dividende 26,20 Euro je Stückaktie;

▷ für den Vortrag auf neue Rechnung 1,1 Millionen Euro.

▷ Der Gewinn je Aktie beträgt für inländische Steuerpflichtige nach DVFA 26,70 Euro.

Mit dieser Dividende möchten wir die Aktionäre angemessen am Erfolg des Unternehmens beteiligen.

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen vor, den Bilanzgewinn von 27,3 Millionen Euro für die Ausschüttung einer Dividende von 26,20 Euro je Stückaktie zu verwenden.

Lassen Sie mich diese Zahlen zusammenfassen. Wir können sagen: Die Saint-Gobain Oberland AG hat sich im Jahr 2002 in einem schwierigen Umfeld gut entwickelt. Sie hat dabei ihre Position als Marktführer in der Behälterglas-Industrie bestätigt.

Entwicklungen

Die gegenwärtige Entwicklung unseres Unternehmens zielt vor allem ab auf die Optimierung unserer Produktionsprozesse. Es geht uns darum, noch flexibler auf die Wünsche und Anforderungen unserer Kunden eingehen zu können.

Für uns heißt dies: Das Massengeschäft bleibt für uns nach wie vor wichtig. Zusätzlich müssen wir aber in der Lage sein, innovative Produkte zeitnah auf den Markt zu bringen. Das stellt uns vor die Aufgabe, mit kompetentem Personal und schlanken Produktionsabläufen wirkungsvoll agieren zu können.

Wir treiben diese Entwicklung in verschiedenen Bereichen voran. Zum einen durch eine konsequente Personalentwicklung, die die Fähigkeiten unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fördert und entfaltet. Zum anderen durch Investitionen in Sachanlagen, die im Geschäftsjahr 2002 um mehr als zehn Prozent gesteigert wurden, auf 31,1 Millionen Euro. Diese

Investitionen dienen dazu, die Produktqualität zu erhöhen, die Produktivität zu steigern sowie die ergonomischen Arbeitsbedingungen für unsere Mitarbeiter zu verbessern.

Das Massengeschäft bleibt für uns nach wie vor wichtig.

Zu unserer Qualitätsstrategie gehören selbstverständlich auch Umweltschutz und Ressourcenschonung. Unsere eigenen anspruchsvollen Ziele gehen in vielen Bereichen weit über die gesetzlichen Vorgaben hinaus. Als Beispiel möchte ich die Installation eines Prozesswasser-Kreislaufsystems am Standort Neuburg nennen. Damit sind nun alle Werke mit Anlagen ausgestattet, die die Einspeisung von Frischwasser und die Abgabe von Abwasser erheblich mindern.

Auf eine neue Rekordmarke stieg im Jahr 2002 die Altglasverwertung in der Behälterglasindustrie. Die Quote erreichte, gemessen an der im Inland verkauften Menge, 89,7 Prozent und übertraf damit die Vorgabe von 75 Prozent aus der Verpackungsverordnung deutlich. Unsere Werte sind in etwa die gleichen.

Meine Damen und Herren, ich bedauere es deshalb sehr, dass unsere Bemühungen für den Umweltschutz nicht immer honoriert wurden. Ich möchte zum einen das Zwangspfand erwähnen, das zu Beginn dieses Jahres eingeführt wurde. Trotz der hohen Recyclingquote ist davon auch die Einweg-Glasflasche betroffen. Das stellt das Altglas-Sammelsystem, das in Bad Wurzach seinen Ursprung nahm, vor unnötige – möglicherweise wirtschaftliche – Probleme. Der zweite Punkt ist die Anlieferung von

Rohstoffen und Energieträgern hier in Bad Wurzach mit der Bahn.

Meine Damen und Herren, Sie haben uns auf der Hauptversammlung im vergangenen Jahr gebeten, für die Fortführung der Bahnstrecke nach Bad Wurzach zu kämpfen. Wir haben uns zusammen mit Herrn Bürkle, Bürgermeister von Bad Wurzach, in intensiven Verhandlungen mit der Deutschen Bahn AG dafür eingesetzt, dass die Stichstrecke von Rossberg nach Bad Wurzach erhalten bleibe. Bis jetzt ohne definitiven Erfolg. Wir hoffen aber, den Transport in der nächsten Zeit wieder mehr auf die Bahn verlagern zu können.

Ausblick

Ich komme zum Schluss. Vor welchen Aufgaben stehen wir? Für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung gibt es keine sicheren Prognosen. In Deutschland ist von Rezession die Rede. Die Verbraucher sind verunsichert. Wie sich die Einführung des

Glas ist als Verpackungswerkstoff mit seiner einmaligen Ausstrahlung und seinen vielfältigen Vorzügen unersetzlich.

Zwangspfandes auf Einwegverpackungen auswirkt, ist mittel- und langfristig nicht vorhersehbar. Das heizt den Verdrängungswettbewerb innerhalb der Behälterglas-Industrie weiter an. Soweit die Rahmenbedingungen.

Sie schrecken uns nicht. Die Saint-Gobain Oberland AG hat in den vergangenen Jahren gezeigt, dass sie auf besondere Herausforderungen flexibel zu reagieren in der Lage ist. Die Frage ist ja nicht, ob in Zukunft noch Glasverpackungen gebraucht werden.

Glas ist als Verpackungswerkstoff mit seiner einmaligen Ausstrahlung und seinen vielfältigen Vorzügen unersetzlich. Die Frage ist, wer die Glasverpackung der Zukunft liefern kann. Wer künftig Glas in den gewünschten Formen und Farben in den gewünschten Losgrößen für die Kunden nutzbar machen kann.

Die ersten fünf Monate des Geschäftsjahres 2003 machen uns zuversichtlich, das wir auch in einem schwierigen Umfeld erfolgreich agieren können.

Hier sehen wir unsere Chance. Als Marktführer in Deutschland verfügen wir über das notwendige Know-how. Obendrein wird unsere Kompetenz in Glas noch verstärkt durch die weltweite Verankerung in der Saint-Gobain-Gruppe. Hier können wir noch stärker profitieren, durch den Austausch internationaler Erfahrungen in vielen Bereichen.

Die ersten fünf Monate des Geschäftsjahres 2003 machen uns zuversichtlich, dass wir auch in einem schwierigen Umfeld erfolgreich agieren können. Umsatz und Ertrag entwickeln sich im Rahmen unserer Zielvorgaben. Und die sind durchaus anspruchsvoll. Die Flexibilisierung unserer Produktionsprozesse schreitet voran.

Gewiss gibt es in der gegenwärtigen Lage Einflüsse von außen, die wir nicht ändern können. Umso mehr arbeiten wir dort, wo wir etwas gestalten können, konsequent am Ausbau unserer Spitzenposition im Bereich der Glasverpackung.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit!

