

Wir wollen die Marktanteile auf dem Niveau der vergangenen Jahre stabilisieren

Michael G. Prechtl

Vorstandsvorsitzender
der Saint-Gobain Oberland AG
in der Hauptversammlung am 22. Juni 2005



Meine sehr verehrten Damen und Herren,

auch ich begrüße Sie herzlich auf der Hauptversammlung 2005 hier im Dorfstadel Ziegelbach. Mein besonderer Gruß gilt unseren Aktionären und den Vertretern der Aktionärsvereinigungen, aber auch den Damen und Herren von der Presse.

Ihre Teilnahme an der heutigen Veranstaltung dokumentiert Ihr Interesse an unserer Gesellschaft und am Werkstoff Glas. Diesem Interesse sind wir verpflichtet.

In meinen Ausführungen werde ich Ihnen die Lage unseres Unternehmens, den Geschäftsverlauf im Berichtsjahr 2004 und die wesentlichen Entwicklungen im Behälterglasmarkt erläutern. Hierbei werde ich Schwierigkeiten und ungünstige Entwicklungen offen darstellen. Lösungswege sollen Ihnen jedoch auch aufgezeigt werden.

Doch lassen Sie mich zunächst auf das wichtige Thema Arbeitssicherheit eingehen.

Als Unternehmen tragen wir Verantwortung für die Mitarbeiter und die Sicherheit am Arbeitsplatz. Dies sind wir den Mitarbeitern und ihren Familien schuldig. Außerdem zeigt sich, dass nur ein Unternehmen mit guten Ergebnissen bei der Arbeitssicherheit auch gute wirtschaftliche Ergebnisse bringt.

Die Unfallzahlen haben sich in 2004 deutlich nach unten entwickelt.

Die Unfallzahlen haben sich in 2004 deutlich nach unten entwickelt, wenn auch die Ziele von Saint-Gobain Oberland insgesamt und in den Werken noch nicht erreicht wurden.

Die Anzahl der meldepflichtigen Unfälle (mit einer Ausfallzeit von über drei Tagen) verringerte sich von 34 auf 19. Die der nicht meldepflichtigen Unfälle mit Ausfallzeit weniger als 3 Tage (einschließlich der erst genannten Unfälle) sank von 75 auf 59. Die Verbandsbucheintragungen, d.h.

leichten Unfälle (einschließlich der Unfälle mit Ausfallzeit), verminderten sich von 490 auf 452. Damit verringerte sich die Unfallhäufigkeit für Saint-Gobain Oberland gesamt um 42 Prozent, von 12 auf 7, Bezugsgröße ist Anzahl der Unfälle pro 1 Million geleistete Arbeitsstunden. Unser Unternehmen ist mit diesem Ergebnis weiterhin deutlich besser als der Durchschnitt der Berufsgenossenschaft und auch als die Wettbewerber.

Besonders positiv entwickelten sich insbesondere die Unternehmensechter GPS, SAR und Futronic. Sie waren weiterhin erfolgreich und hatten keine meldepflichtigen Unfälle zu verzeichnen. Mit diesem Ergebnis haben SAR und Futronic ihre Mitgliedschaft im Saint-Gobain-Club der Millionäre bestätigt. Die Mitglieder dieses Clubs blicken auf fünf Jahre Unfallfreiheit beziehungsweise 1 Million Arbeitsstunden ohne meldepflichtigen Unfall.

Doch sind uns diese Zahlen ein Ansporn, sich auf breiter Front auch in Zukunft für die Arbeitssicherheit

einzusetzen und wir sehen, dass die eingeleiteten Maßnahmen Früchte tragen.

Alle wirtschaftlich positiven Entwicklungen lassen sich nur dann ertragsfördernd umsetzen, wenn alle Mitarbeiter in allen Bereichen an einem Strang ziehen und wenn es mit Umwelt, Hygiene, Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz stimmt. Diese Aspekte sind und bleiben Kernelemente unseres unternehmerischen Handelns, die wir auch zukünftig weiter positiv vorantreiben werden.

Alle wirtschaftlich positiven Entwicklungen lassen sich nur dann ertragsfördernd umsetzen, wenn alle Mitarbeiter in allen Bereichen an einem Strang ziehen und wenn es mit Umwelt, Hygiene, Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz stimmt.

So ist beispielsweise im Bereich Arbeitssicherheitsarbeit nicht mehr die Analyse geschehener Unfälle der Schwerpunkt, sondern die Ermittlung und Beseitigung möglicher Gefahrenquellen. Jeder Unfall hat eine Vorgeschichte. Es gilt daher die falschen Entscheidungen, die zu unsicheren Situationen und damit zu Unfällen führen können, zu identifizieren und zu korrigieren. Hierbei hilft ein Verfahren, das es erlaubt, die Gesamtmenge der falschen Beurteilungen und Entscheidungen sowie die unsicheren Situationen möglichst umfassend zu erkennen, daraus einen Maßnahmenkatalog zu entwickeln und durch eine zielgerichtete Kommunikation und Transparenz die Umsetzung dieses Maßnahmenkatalogs zu gewährleisten.

Nur gesunde Mitarbeiter meistern die Herausforderungen der kommenden Jahre.

Meine Damen und Herren, ich möchte jetzt auf die wirtschaftlichen

und politischen Rahmenbedingungen eingehen.

In 2004 lag der Absatz der Behälterglasindustrie etwa 4,0 Prozent deutlich unter Vorjahr.

Wachstumsprognosen der Wirtschaftsforschungsinstitute sind gedämpft. Der Verbraucher ist verunsichert und übt weiterhin Konsumzurückhaltung, was auch unseren Absatz beeinträchtigt. Durch die Ergebnisse der vorgezogenen Bundestagswahl im Herbst 2005 und einen damit verbundenen Regierungswechsel könnte sich das unternehmerische Klima in Richtung einer wirtschaftsfreundlicheren Politik mit positiveren Wachstumsperspektiven verschieben. Ob und wie stark sich unser Absatz hierdurch belebt, lässt sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt jedoch noch nicht klarer abschätzen.

In 2004 lag der Absatz der Behälterglasindustrie etwa 4,0 Prozent deutlich unter Vorjahr. Der Inlandsmarkt verzeichnete sogar einen Rückgang um 8 Prozent. Nur verstärkte Exporte konnten dies zum Teil kompensieren. Gründe waren das anhaltende Vordringen von PET und Getränkekartons in Marktsegmente, die von Glas besetzt waren, sowie die Auswirkungen des Pflichtpfands.

Dies machte in der Behälterglasindustrie Kapazitätsanpassungen notwendig. So sind wir im letzten Jahr vorangegangen mit der Wannenschließung in Essen. In 2005 hat die Konkurrenz nachgezogen. Dies als Konsequenz auf die Marktentwicklung. In Düsseldorf bei Owens-Illinois und in Wahlstedt bei Rexam wurden Wannenschließungen geschlossen. In Düsseldorf wird inzwischen das Werk sogar ganz stillgelegt.

Ende 2004 sind dann die Entscheidungen gefällt worden, die das geltende Zwangspfand auf Dauer zementieren. Auf Bier, Wasser und CO₂-haltige Erfrischungsgetränke in Einwegbehältern wird Pfand erhoben. Eine

Ausweitung des Pfands auf Milch, Saft und Wein steht nicht mehr zur Diskussion. Allein die Debatte hierüber hat jedoch negative Auswirkungen gehabt. Allerdings unterliegen neue Segmente kohlenstofffreier Getränke und alkoholischer Mischgetränke ab 2006 ebenfalls der Pflichtpflicht. Damit sich unsere Kunden bei ihren Innovationen dann für Glas als Packmittel entscheiden, daran werden wir arbeiten.

Ich möchte Ihnen nun den Geschäftsverlauf von 2004 darstellen und auf Investitions- und Innovationsprojekte eingehen.

Im Segment alkoholfreie Getränke Wasser, Softdrinks und Saft sind wir traditionell mit einem hohen Marktanteil vertreten. Deshalb traf uns der überproportional hohe Rückgang im Inlandsmarkt besonders. Gründe sind die Substitution durch andere Packmittel sowie das Pflichtpfand. Allerdings führte der vergleichsweise extrem lange und heiße Sommer in 2003 zu Rekordabsätzen.

Wir konnten bei Getränkeflaschen den Rückgang im Inland gegenüber dem Vorjahr jedoch durch um 28 Prozent verstärkte Exporte zum Teil wettmachen.

Bei Bier führte 2004 das Pflichtpfand zum nahezu 100prozentigen Wegfall von Einwegglasflaschen. Auch bei Bier war der Inlandsabsatz für uns weiter rückläufig, was wir nur durch verstärkte Exporte überkompensieren konnten.

Alkoholfreie Getränke lagen in etwa auf gleichem Niveau wie im Vorjahr. Der Weinbereich verzeichnete weiterhin einen positiven Trend, dagegen zeigte Schaumwein Absatz einbußen. Hier waren wir mit deutlichen Marktanteilsverlusten konfrontiert, die vor allem auf eine aggressive Preispolitik von Wettbewerbern zurückzuführen waren.

Insgesamt konnten wir bei Getränkeflaschen den Rückgang im Inland gegenüber dem Vorjahr jedoch durch um 28 Prozent verstärkte Exporte zum Teil wettmachen.

Leichte Verluste bei Konserven haben wir durch Zugewinne bei Gläsern für Instantprodukte ausgleichen können.

Verlassen wir das Kerngeschäft ...

Auf technischer Seite haben die GPS Glasproduktion-Service GmbH, Essen, und die Futronic GmbH, Tettang, auch 2004 ihren Umsatz durch verstärktes Auslandsgeschäft wiederum erhöht. Ihre kontinuierlich positiven Beiträge zum Konzernergebnis resultieren aus etablierten Marktpositionen und anerkannten Produkten und Dienstleistungen.

Bei der Süddeutschen Altglas-Rohstoff GmbH, Bad Wurzach, wurde die Qualität der Scherben 2004 weiter verbessert und das Volumen der Reststoffe reduziert. Das Betriebsergebnis war auch im Berichtsjahr 2004 positiv.

Auf technischer Seite haben die GPS Glasproduktion-Service GmbH, Essen, und die Futronic GmbH, Tettang, auch 2004 ihren Umsatz durch verstärktes Auslandsgeschäft wiederum erhöht.

Das Ergebnis unserer chinesischen Beteiligung, der Zhanjiang Saint-Hua Glass Container Co., Ltd., war noch immer leicht negativ, wurde jedoch deutlich im Vergleich zum Vorjahr verbessert. Beigetragen zu dieser erfreulichen Entwicklung haben neben erfolgreichen Kostenreduzierungsmaßnahmen ein verbesserter Produktmix sowie höhere Margen.

Wir müssen in kürzerer Zeit immer noch besser werden, das heißt, wie wir produzieren und was wir unseren Kunden anbieten können. Dynamik und der Wille zur Veränderung zeigt sich in vielen unserer Aktivitäten:

So dienten unsere Investitionen der Qualitäts- und Produktivitätssteigerung sowie Kostenreduzierung, Modernisierung und Rationalisierung. In den Bereichen Produktionsmaschinen, Inspektion und Lager wurde das Equipment weiter optimiert. Durch Einsatz von Servo-Technik wurde eine verbesserte Prozessstabilität in der Produktion erzielt. Die Fertigung konnte im Hinblick auf die sich ständig ändernden Marktgegebenheiten noch einmal deutlich flexibilisiert werden. Mit Investitionen in optische, induktive und kapazitive Qualitätskontrolle haben wir den hohen Qualitätsansprüchen unserer Kunden Rechnung getragen.

Wir haben in Zusammenarbeit mit der zentralen Forschungseinrichtung von Saint-Gobain einen UV-Blocker für die Glasschmelze entwickelt.

... und wir wollen unseren Kunden innovative Produkte anbieten. Der Trend hin zu Weißglas – speziell für lichtempfindliche Produkte wie insbesondere Wein und Bier, aber auch Milch und Saft – hält weiterhin an. Immer mehr Kunden wünschen sich die unverfälschte Sicht auf ihr hochwertiges Produkt. Aus diesem Grund haben wir in Zusammenarbeit mit der zentralen Forschungseinrichtung von Saint-Gobain einen UV-Blocker für die Glasschmelze entwickelt. ... und unser Blocker ist besser als der vom Wettbewerb. Insgesamt erwarten wir bei 7 Kunden für 2005 einen Absatz von rund 32 Millionen Flaschen mit unserem neuen UV-Schutz.

Für die Produktgruppen Spirituosen und Wein ist seit langem ein besonders dicker Glasboden ein herausstechendes Merkmal für Wertigkeit. Entwickelt wurde nun ein Verfahren, welches sich auch für die Großserienfertigung dieser hochwertigen Flaschen und Gläser eignet.

Meine Damen und Herren, lassen Sie mich nun auf die aus dieser Entwicklung resultierenden Kennzahlen für 2004 eingehen.

- ▷ Unser Konzern erzielte im vergangenen Jahr mit den konsolidierten Gesellschaften einen Umsatz von 359,9 Millionen Euro. Dies entspricht einem Rückgang um 1,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr mit 366,0 Millionen Euro. Umsatzzuwächse im technischen Geschäft konnten den rückläufigen Inlandsumsatz des Kerngeschäfts Glasverpackungen nur teilweise auffangen.
- ▷ Das operative Ergebnis aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit betrug 2004 beim Konzern 35,9 Millionen Euro (-14,9%). Der Anteil am Umsatz beträgt damit rund 10 Prozent. Wesentliche Einflüsse waren der Umsatzrückgang sowie Aufwendungen für Restrukturierungsmaßnahmen im Werk Essen.
- ▷ Der Jahresüberschuss des Konzerns beläuft sich für 2004 auf 21,8 Millionen Euro. Dies entspricht einem Anteil am Umsatz von 6 Prozent. Gegenüber dem Vorjahr war der Jahresüberschuss 2004 um 13,8 Prozent rückläufig.

Das operative Ergebnis aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit betrug 2004 beim Konzern 35,9 Millionen Euro (-14,9%).

- ▷ Der Jahresüberschuss der AG, der für die Gewinnausschüttung relevant ist, lag im Berichtsjahr bei 22,1 Millionen Euro. Er lag für 2003 bei 26,2 Millionen Euro.
- ▷ Der Konzern-Cashflow lag bei 49,4 Millionen Euro.
- ▷ Die Eigenkapitalquote liegt mit 45,3 Prozent etwas über Vorjahresniveau von 44,2 Prozent. Dies reflektiert das solide Fundament für Herausforderungen der Zukunft.
- ▷ Bei der Anzahl der Mitarbeiter ergab sich ein Rückgang, der vor allem aus der Wannestilllegung im Werk Essen resultiert. Hier waren

wir gezwungen, Kapazitäten an die Marktlage anzupassen. Auszubildende waren von der Maßnahme jedoch nicht betroffen. Erfreulich ist außerdem, dass aus der Transforgesellschaft, die die ehemaligen Essener Mitarbeiter betreut, bis heute rund die Hälfte in eine neue Arbeit vermittelt werden konnte. Dies ist angesichts der Arbeitsmarktlage im Ruhrgebiet ein guter Erfolg. Insgesamt verringerte sich der Personalstand im Konzern um etwas weniger als 6 Prozent auf 1.781 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. In 2003 waren es noch 1.888. Nach 118 im Vorjahr waren im Berichtsjahr 137 junge Menschen bei uns in der Ausbildung. Dies entspricht einem Anteil von 7,7 Prozent an der Gesamtbeschäftigung. In 2003 lag dieser Anteil noch bei 6,3 Prozent.

Der Jahresüberschuss der AG lag im Berichtsjahr bei 22,1 Millionen Euro. Er lag für 2003 bei 26,2 Millionen Euro.

▷ Auch im Berichtsjahr war das Handelsvolumen der Saint-Gobain Oberland-Aktie gering. Der Kurs unserer Aktie entwickelte sich jedoch für Sie, unsere Aktionäre, erfreulich weiter. Er notierte zum Jahresbeginn 2004 bei 305 Euro und erreichte als Jahresschlusskurs 377 Euro. Gegen Mitte Mai stand der Kurs zwischen 401 und 410 Euro.

Meine Damen und Herren, soweit ein Überblick über die wichtigsten Kennzahlen. Trotz Absatzrückgängen und Aufwendungen für Kapazitätsanpassungen schlugen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung eine Vollausschüttung der Dividende vor. Der ausgewiesene Bilanzgewinn von 23,2 Millionen Euro soll wie folgt verteilt werden auf:

▷ Ausschüttung einer Dividende von 22,20 Euro je Stückaktie

▷ Vortrag auf neue Rechnung in Höhe von 1 Million Euro.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, wir – der Vorstand und der Aufsichtsrat – sind überzeugt davon, dass dies eine Rendite auf Ihr Vertrauen ist, die Sie als Aktionäre verdienen. Wir glauben ebenfalls an den Erfolg unseres Unternehmens, denn er entsteht aus Dynamik und Veränderung.

Der ausgewiesene Bilanzgewinn von 23,2 Millionen Euro soll zur Ausschüttung einer Dividende von 22,20 Euro je Stückaktie verwendet werden.

Hiervon, meine sehr verehrten Damen und Herren, möchte ich Ihnen jetzt ein Bild malen:

Wir wollen nicht verhehlen, dass die Zukunft nicht rosig aussieht. Aber wann war sie das schon je? Außerdem haben wir, als ein gesundes und vor allem zur Veränderung bereit Unternehmen keinen Grund den Kopf hängen zu lassen.

Wir müssen uns jedoch im Klaren sein, dass die generelle Konjunktur-entwicklung, der Emissionshandel, steigende Energiekosten und die Autobahnmaut Einfluss auf die Ertragsentwicklung ausüben werden.

Bei unseren Produktsegmenten stellt sich die Situation so dar: Im Bereich Wasser, Fruchtsäfte und Erfrischungsgetränke dürfte die Talsohle erreicht sein. Die Umstellung auf Plastikflaschen ist jetzt erst einmal weitgehend abgeschlossen. Was zurzeit noch in Glas abgefüllt wird, sind vorrangig Premium-Produkte. Glas steht eben weiterhin für Spitzenqualität. Das ist ein Faktor, auf dem wir aufbauen können.

Unser Ziel ist, die Marktanteile auf dem Niveau der vergangenen Jahre zu stabilisieren. Wie können wir das erreichen?

Bei Bier setzen immer mehr Kunden auf individuell gestaltete Flaschen. Hier, aber auch bei Wein und anderen Getränken zeigt sich heute geradezu ein Feuerwerk der Farben, Formen und Dekore in den Regalen der Verkaufsmärkte. Diese Markendifferenzierung unserer Kunden und ihre Ansprüche an innovative Gebinde unterstützen wir aktiv durch ein neues Kundenzentrum in der Zentrale in Bad Wurzach. Dort wollen wir gemeinsam mit unseren Kunden maßgeschneiderte Lösungen erarbeiten und umsetzen. Durch das neue Gesicht des Eingangsbereichs präsentieren wir uns gleichzeitig optisch als innovatives, kreatives Unternehmen.

Dies zeigt sich auch daran, dass in allen Bereichen Prozesse optimiert werden: beispielsweise bei Lieferanten sowie Standards und Spezifikationen. Arbeitsabläufe werden klarer geordnet. Das Informationssystem wird ausgebaut. Der Vertrieb konzentriert sich stärker auf den Dialog mit den Kunden, um schneller Wünsche zu erkennen und zu erfüllen. Der Service wird verbessert durch integrierte Zusammenarbeit von Planung und Vertrieb.

Zusätzlich werden alle Teilaspekte, die mit Höhe und Laufzeit des Umlaufvermögens in Zusammenhang stehen, detailliert analysiert und optimiert. Flexiblere Produktionskonzepte zum Abbau von Überkapazitäten und unnötigen Lagerbeständen helfen „totes Kapital“ und Kosten zu vermeiden.

Am Ende meiner Ausführungen möchte ich noch kurz ein neues Kapitel aufschlagen, das die wirtschaftliche Entwicklung von Saint-Gobain Oberland forcieren wird: die geographische Expansion nach Russland. bedeutet nicht wie in anderen Branchen, dass Produktion ins Ausland verlagert wird. Der Glasmarkt bleibt ein lokaler Markt.

Insgesamt begreifen wir die gegenwärtige Situation als Chance zur positiven und nachhaltigen Veränderung.

Diese Veränderung werden wir gemeinsam schaffen und die Herausfor-

derungen der Zukunft meistern. Warum? Weil wir Mitarbeiter haben, die mit Kraft, Elan und Einfallsreichtum Flaschen und Gläser fertigen und

**Wir begreifen
die gegenwärtige
Situation als Chance
zur positiven und
nachhaltigen Veränderung.**

diese unseren Kunden verkaufen.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

