

MAXDATA

Das Geschäftsjahr 2005 ist für MAXDATA eine deutliche Warnung

Thomas Stiegler
Sprecher des Vorstandes
der MAXDATA AG
in der Hauptversammlung am 26. April 2006



Sehr geehrte Damen und Herren,
verehrte Aktionäre,

ich begrüße Sie – auch im Namen
meines Vorstandskollegen Reinhard
Blunck – sehr herzlich zur Hauptver-
sammlung hier in Essen.

Meine Damen und Herren, dies ist
heute kein leichter Gang. Für Sie als
Aktionäre nicht, für mich als neuem
Vorstandssprecher auch nicht. Das
Unternehmen schreibt tiefrote Zahlen,
muss Mitarbeiter entlassen, der Ak-
tienkurs ist eingebrochen. Alles an-
dere als eine angenehme Situation.
Ich habe mir vorgenommen, weder
Sie noch uns zu schonen. Wenn
MAXDATA aus der Krise herausfin-
den soll – und das wollen Sie ebenso
wie ich – dann hilft kein Beschöni-
gen, kein Vertrösten, kein Zaudern.
Wenn wir MAXDATA zu neuer
Stärke führen wollen, helfen nur
Klarheit und Wahrheit. Und – verzei-
hen Sie mir die Deutlichkeit – auch
eine Portion Härte.

Wir müssen uns von Wünschen,
Hoffnungen und Experimenten verab-
schieden und mit der Realität ausei-

nandersetzen. Und vor allem: Wir
müssen IHR Vertrauen zurückgewin-
nen. Aber auch das Vertrauen der Me-
dien, der Finanzexperten, der Analys-
ten, der Banker, mit denen wir seit
Jahren zusammenarbeiten. Sie sollen
sich wieder auf Prognosen und Ziele
von MAXDATA verlassen können.
Nicht zuletzt haben Kunden und Mit-
arbeiter einen Anspruch darauf, dass
unsere Ankündigungen eintreffen. An
diesem Anspruch wollen wir uns
messen lassen.

**Wir haben unser
Umsatzziel im Jahr
2005 verfehlt und wir
haben einen Fehlbetrag
von fast 40 Mio. Euro
erwirtschaftet.**

Für unsere heutige Hauptversamm-
lung heißt das: Wir haben unser Um-
satzziel im Jahr 2005 verfehlt und wir
haben einen Fehlbetrag von fast 40
Mio. Euro erwirtschaftet. Unser zen-
trales Problem: Wir sind in den letz-

ten Jahren zu komplex geworden. Die
Folge ist: Unsere Produkte sind zu
teuer. Wir haben hohe Kosten in der
Produktion, wir sind zu breit im Pro-
duktprogramm, wir zahlen zuviel im
Einkauf, wir schaffen den Durch-
bruch in einigen unserer Auslandsge-
sellschaften nicht.

Das Geschäftsjahr 2005 ist aus
meiner Sicht eine deutliche Warnung.
Wenn wir jetzt nicht schnell und
grundlegend Veränderungen herbei-
führen, werden wir den Kampf um
die Zukunft verlieren. Noch haben
wir Chancen. Unsere Marktposition
ist respektabel, unsere Marken popu-
lär und gefragt, die Partnerschaft zu
den Fachhandelspartnern stabil und –
sehr wichtig – unsere Eigenkapitalba-
sis solide. Aber man darf sich nicht
täuschen lassen, konsequentes Han-
deln ist dringend notwendig. Deshalb
ist es meine Pflicht, zusammen mit
meinen Kollegen aus dem Führungs-
team, Ihnen, unseren Aktionären, ein
Sofortprogramm für das Jahr 2006
und unsere Strategie für die kommen-
den Jahre zu präsentieren. Sie werden
erkennen, dass MAXDATA in vielen

Feldern gut operiert und richtig aufgestellt ist. Sie werden aber auch erfahren, dass wir uns auf veränderte Markt- und Wettbewerbsbedingungen einstellen und auf kostengünstigere Produkte setzen müssen. Dieser Aufgabe möchte ich in den nächsten Minuten nachkommen.

Ich habe meinen Vortrag in drei Bereiche unterteilt: gestern, heute und morgen. Oder mit anderen Worten: Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. Ich gebe zu, dass ich den Bereich Vergangenheit am liebsten gestrichen hätte, aber wir müssen die Krise als Chance begreifen. Der Blick zurück kann helfen, Fehler zu erkennen und daraus die richtigen Schlüsse für die kommenden Jahre zu ziehen.

Grundsätzliches

Eines vorweg: Das Ergebnis 2005 spricht eine eindeutige Sprache: MAXDATA befindet sich in einer Krise. Da gibt es nichts zu beschönigen. Wir benötigen eine Gesamtsicht. Für MAXDATA zeigte sich im abgelaufenen Jahr eine widersprüchliche Entwicklung: Einerseits konnten wir die Absatzzahlen gegenüber dem Vorjahr in nahezu allen Produktgruppen

Einerseits konnten wir die Absatzzahlen gegenüber dem Vorjahr in nahezu allen Produktgruppen deutlich steigern.

deutlich steigern. Das heißt: Nie hat MAXDATA mehr Desktops, Notebooks, Server und Flachbildschirme verkauft als im Jahr 2005. Andererseits aber setzte der allgemeine Preisverfall von Hardwareprodukten MAXDATA empfindlich unter Druck. Die Folgen sind ein stagnierender Umsatz und ein signifikanter Rückgang des Betriebsergebnisses. Auch in den ersten Monaten des Jahres 2006 blieb der Geschäftsverlauf deutlich hinter den Erwartungen zurück, ich komme später darauf zurück.

Stichwort ‚Performance von MAXDATA‘:

Die unbefriedigenden Geschäftszahlen zwingen uns, das Unternehmen komplett auf den Prüfstand zu stellen. MAXDATA steht vor einer umfassenden Restrukturierung. Wir

Andererseits aber setzte der allgemeine Preisverfall von Hardwareprodukten MAXDATA empfindlich unter Druck.

werden eine Reihe von strukturellen und personellen Maßnahmen ab sofort umsetzen und damit unseren Break-Even-Point deutlich senken. Auch im Vorstand gab es deshalb Veränderungen. Jürgen Renz hat sein Amt als Vorstandsmitglied und Vorstandssprecher der MAXDATA AG im Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat im März niedergelegt. Der Vorstand wird die Herausforderungen konsequent angehen. Wir wollen die strukturellen Kosten nachhaltig senken und die Absatzzahlen weiter steigern. Das Jahr 2006 wird ein Jahr der Sanierung und der Restrukturierung. Unsere Anstrengungen werden jedoch bereits im kommenden Jahr zu einer Konsolidierung führen. Wir wollen unsere Marktposition verteidigen, dann weiter ausbauen und spätestens ab 2008 wieder profitabel sein. Der für die kommenden Jahre prognostizierte Anstieg der weltweiten IT-Ausgaben sowie eine verbesserte Konjunktur in Deutschland kann uns dafür zusätzlichen Rückenwind geben.

Meine Damen, meine Herren, MAXDATA ist nach wie vor einer der führenden Hardware-Hersteller in Europa. Wir sind im deutschen Geschäftskundenmarkt mit Belinea die Nummer Eins bei Monitoren. Gleichzeitig verfügen wir über eine gute Position bei den Warenfamilien Desktop, Notebook und Server. Größter Markt des Unternehmens ist Deutschland mit einem Umsatzanteil von 54,8 Prozent. Der Auslandsanteil ist in den vergangenen Jahren durch organi-

sches Wachstum stetig gestiegen und liegt derzeit bei 45,2 Prozent. Wir streben den systematischen Ausbau des Auslandsgeschäftes an. Dabei bauen wir auf unsere acht Landesgesellschaften in Österreich, der Schweiz, Benelux, Großbritannien, Frankreich, Spanien, Italien und Polen sowie auf Distributionspartner in weiteren 18 Ländern mit dem Schwerpunkt auf Nord- und Osteuropa.

Stichwort ‚Geschäftsmodell von MAXDATA‘:

Wir zeichnen uns durch ein klares und eindeutiges Geschäftsmodell aus. Kernpunkte sind die konsequente Fokussierung auf Geschäftskunden, der indirekte Vertrieb über ein dichtes Netz loyaler Partner, die Zwei-Marken-Strategie, der Produktionsstandort in Deutschland sowie das Fertigungskonzept Built-to-Order, mit dem wir flexibel auf die Wünsche unserer Kunden reagieren.

Unsere Kunden profitieren von einem günstigen Preis-Leistungsverhältnis, weil wir auf überflüssige Produktfeatures verzichten und zugleich beste Qualität liefern.

MAXDATA konzentriert sich auf die Herstellung marktreifer und effizienter Produkte, die speziell auf die Kundenanforderungen zugeschnitten sind. Im Vordergrund stehen Produktqualität und Produktflexibilität. Unsere Kunden profitieren von einem günstigen Preis-Leistungsverhältnis, weil wir auf überflüssige Produktfeatures verzichten und zugleich beste Qualität liefern. Zusätzlicher Pluspunkt der MAXDATA Produkte ist die hohe Kompatibilität mit bestehenden IT-Strukturen und -Systemen. Kunden von MAXDATA sind Unternehmen aller Branchen und jeder Größe sowie Behörden, Verbände und Institutionen. Unser Credo ist die

konsequente Fokussierung auf Geschäftskunden.

Unser Vertrieb besteht aus europaweit etwa 10.000 IT-Händlern und Systemhäusern – 5.500 in Deutschland und 4.500 im übrigen Europa. Das Leistungsspektrum dieser Vertriebspartner reicht von einer erstklassigen Beratung und Implementierung der Hardware über die Optimierung bestehender IT-Systeme bis hin zu Wartung und Reparatur. Hinzu kommen individuelle Bedarfsanalysen und ein weit gefächertes Beratungsangebot zu allen Fragen der Informationstechnik.

Die moderne Fertigung in Würselen bei Aachen stellt auch bei großen Nachfrageschwankungen immer eine kurze Lieferzeit bei höchster Termintreue sicher.

MAXDATA setzt auf „Qualität made in Germany“. Die moderne Fertigung in Würselen bei Aachen stellt auch bei großen Nachfrageschwankungen – etwa durch Großaufträge oder Auftragsschübe infolge technischer Innovationen – immer eine kurze Lieferzeit bei höchster Termintreue sicher. Um den steigenden Marktanforderungen gerecht zu werden, haben wir die Produktionsstätte im Jahr 2005 weiter ausgebaut und 2,5 Mio. Euro in eine neue Kommissionierungsanlage investiert. Damit konnten wir die Flexibilität deutlich erhöhen. Wir können auf Nachfrageschwankungen jetzt noch schneller reagieren.

Sehr geehrte Damen, sehr geehrte Herren, ich habe Ihnen wesentliche Grundzüge der Geschäftspolitik von MAXDATA dargelegt – unser Geschäftsmodell mit seinen zwei Marken, dem indirekten Vertrieb über Partner und unsere Ausrichtung auf die Anforderungen von Geschäftskunden. Ich habe Ihnen dargelegt, dass wir uns als europäisches IT-Unternehmen verstehen und dass wir die

Märkte mit PCs, Notebooks und Servern aus unserer Fertigung aus Würselen bei Aachen bedienen. Lassen Sie mich bereits an dieser Stelle festhalten: Bei MAXDATA wird sich vieles ändern, aber nicht alles. Die genannten Punkte sind Bestandteile unserer Strategien. Sie sind Ausgangspunkt für unsere weitere Entwicklung.

Vergangenheit: Das Geschäftsjahr 2005

Meine Damen, meine Herren, ich komme nun zu den Einzelheiten des Geschäftsjahres 2005. Die deutsche Volkswirtschaft befand sich weiterhin in einer Konjunkturflaute. Der IT-Markt blieb von der nur mäßigen Konjunktur in Deutschland nicht unberührt. Während der Markt für Informations- und Kommunikationstechnologie in der Europäischen Union um 2,9 Prozent wachsen konnte, lag der Anstieg der IT-Industrie in Deutschland bei 2,6 Prozent. Der Bereich Computer-Hardware erzielte dabei lediglich einen Zuwachs von 0,8 Prozent. In der Europäischen Union lag die Wachstumsrate hingegen bei 2,1 Prozent.

Der IT-Markt blieb 2005 von der nur mäßigen Konjunktur in Deutschland nicht unberührt.

MAXDATA konnte die Absatzzahlen gegenüber dem Vorjahr in nahezu allen Produktgruppen deutlich steigern. So wurden 18 Prozent mehr Server, 14 Prozent mehr Notebooks und 22 Prozent mehr Monitore am Markt abgesetzt. Bei TFT-Flachbildschirmen ergab sich sogar ein Absatzanstieg von 51 Prozent. In dem für MAXDATA wichtigen B-2-B-Geschäft hat der Konzern sowohl im PC- als auch im Monitor-Bereich seine Marktstellung in Deutschland auf Vorjahresniveau gehalten. Der enorme Preisdruck insbesondere im Bereich TFT führte jedoch dazu, dass trotz der insgesamt erfreulichen Ab-

satzsteigerungen der Umsatz bei 657,4 Mio. Euro auf Vorjahresniveau stagnierte. MAXDATA verfehlte das gesetzte Umsatzziel in Höhe von 700 Mio. Euro klar. Der Auslandsanteil am Umsatz betrug 45,2 Prozent vom Gesamtumsatz. Im Vorjahr lag der Auslandsanteil bei 41,2 Prozent. Der Inlandsanteil am Umsatz ging entsprechend auf 54,8 Prozent zurück. Im Vorjahr betrug er noch 58,8 Prozent. Vom gesamten Hardware-Umsatz entfielen 47,9 Prozent auf MAXDATA Computersysteme. Die Computersysteme umfassen Desktop-PCs, Notebooks und Server. Der Geschäftsbereich Belinea Monitore trug mit 44 Prozent zum Umsatz bei. Der Anteil sonstige Produkte betrug 8,1 Prozent. Sonstige Produkte umfassen Peripheriegeräte, Software und Dienstleistungen.

Das EBIT lag 2005 bei einem Verlust von 34,9 Mio Euro. Im Vorjahr lag das EBIT bei einem Überschuss von 0,3 Mio Euro.

Meine Damen und Herren, sehr verehrte Aktionäre, ich komme zum Ergebnis. Das EBIT lag 2005 bei einem Verlust von 34,9 Mio Euro. Im Vorjahr lag das EBIT bei einem Überschuss von 0,3 Mio Euro. Das Vorjahr profitierte durch Rückstellungsaufösungen in Höhe von 5,8 Mio Euro. Des Weiteren ergeben sich aus dem gestiegenen Absatzvolumen erhöhte Transportkosten und Aufwendungen für Garantien. Darüber hinaus gibt es für das gesunkene EBIT folgende drei wesentliche Gründe: Zum Ersten eine gesunkene Rohertragsmarge: Die Rohertragsmarge lag 2004 bei 14,3 Prozent. 2005 ist sie über alle Produktgruppen hinweg auf 13,2 Prozent gefallen. Dieser Rückgang resultiert aus immer aggressiveren Preisen im Markt und einer Verschlechterung unserer Einkaufsposition. Zum Zweiten sind Aufwendungen für Restrukturierungen und zur Stärkung des Vertriebes angefallen. Zum Dritten haben

wir Zuführungen zu Rückstellungen für urheberrechtliche Abgaben für PCs verarbeitet. Diese Faktoren haben wesentlich zur Verfehlung des für das Geschäftsjahr 2005 geplanten Gewinnzieles beigetragen.

Insgesamt errechnet sich ein Ergebnis von Minus 1,41 Euro pro Aktie nach einem Minus von 5 Eurocent pro Aktie im Jahr 2004.

Zusammenfassend ergibt sich das EBIT also durch einen operativen Verlust in Höhe von 22,1 Mio Euro, der zusätzlichen Zuführung zur Urheberrechtsrückstellung in Höhe von 8,8 Mio Euro sowie Restrukturierungskosten in Höhe von 4,0 Mio Euro. Das Finanzergebnis belief sich auf 559 Tausend Euro, nach 421 Tausend Euro im Vorjahr. Die Ertragssteuern beliefen sich auf 4,9 Mio Euro nach 1,9 Mio Euro im Vorjahr. Somit beläuft sich der Konzernfehlbetrag auf 39,6 Mio Euro, nach einem Konzernfehlbetrag von 1,5 Mio Euro im Vorjahr. Insgesamt errechnet sich daraus ein Ergebnis von Minus 1,41 Euro pro Aktie nach einem Minus von 5 Eurocent pro Aktie im Jahr 2004. Meine Damen und Herren, keine Frage: Dieses Ergebnis ist enttäuschend. Niemand kann mit diesem Ergebnis zufrieden sein. Lassen Sie mich noch einige wichtige Bilanzkennzahlen ergänzen. Die Eigenkapitalquote beträgt 46,1 Prozent. Im Vorjahr betrug die Eigenkapitalquote 58,6 Prozent. Der Konzern verfügt aufgrund dieser Eigenkapitalquote über eine solide Finanz- und Vermögenssituation, die eine finanzielle Unabhängigkeit gewährleistet. Die Kapitalstruktur wird auch unterstützt durch den langfristigen Anteil der Rückstellungen, der in voller Höhe auf Garantierückstellungen entfällt. Eine gute Bilanzrelation zeigt auch das Verhältnis von Eigenkapital zu Anlagevermögen in Höhe von 249,5 Prozent. Dieser Wert betrug im Vor-

jahr: 312,1 Prozent. Der Cash-Flow 2005 aus der laufenden Geschäftstätigkeit beträgt minus 20,8 Mio. Euro nach minus 5,9 Mio. Euro im Vorjahr. Die Finanzmittelbestände beliefen sich zum Ende des Geschäftsjahres auf 27,1 Mio. Euro. Last but not least: MAXDATA hat im abgelaufenen Geschäftsjahr 5,5 Mio. Euro investiert. Der Investitionsschwerpunkt lag wie bereits im Jahr 2004 auf Beschaffungen für Fertigung und IT-Infrastrukturen. Die durchschnittliche Mitarbeiterzahl lag im Jahr 2005 bei 1.243. Im Vorjahr lag die durchschnittliche Mitarbeiterzahl bei 1.234. Der Anteil der Mitarbeiter im Ausland erhöhte sich von 214 im Vorjahr um rund 10 Prozent auf 235.

Das Ergebnis im ersten Quartal 2006 zeigt abermals die Notwendigkeit der umfassenden Restrukturierung.

Meine Damen und Herren, so weit meine Ausführungen zum Geschäftsjahr 2005, nunmehr einige Anmerkungen zum ersten Quartal 2006. Wir haben die vorläufigen Zahlen des ersten Quartals letzte Woche per Ad-hoc-Mitteilung veröffentlicht. Bei einem Umsatz von 150,3 Mio Euro weisen wir einen EBIT in Höhe von minus 17,6 Mio Euro aus. In dem EBIT von minus 17,6 Mio Euro ist eine Rückstellung für Restrukturierung in Höhe von 6 Mio. Euro enthalten. Im Vorjahr erreichten wir einen Umsatz in Höhe von 162,9 Mio Euro und einen EBIT in Höhe von minus 0,9 Mio Euro. Dieses Ergebnis ist äußerst unbefriedigend. Es zeigt abermals die Notwendigkeit der umfassenden Restrukturierung.

Gegenwart: Das Geschäftsjahr 2006

Ich habe es bereits angesprochen. Das Geschäftsjahr 2005 ist aus meiner Sicht eine ernste Warnung. Mit ein wenig Veränderung hier und ein wenig Verbesserung dort werden wir

den Trend nicht wenden können. Der Patient MAXDATA ist erkrankt, ernsthaft erkrankt. Erster Schritt zur

MAXDATA liefert und leistet zu teuer, unsere Produkte sind nicht attraktiv genug und liegen teilweise technologisch hinter den Entwicklungen zurück.

Gesundung ist die Diagnose – denn ohne Diagnose kann es keinen wirkungsvollen Behandlungsplan geben. Also: Lassen Sie uns mit der Diagnose beginnen und die Probleme ungeschminkt auflisten: MAXDATA hat 2005 viel Geld verloren. Mit anderen Worten: Unsere Kunden waren nicht bereit, für die gelieferten Produkte und Dienstleistungen Preise zu zahlen, die unsere Kosten gedeckt hätten: Im Umkehrschluss – MAXDATA liefert und leistet zu teuer, unsere Produkte sind nicht attraktiv genug und liegen teilweise technologisch hinter den Entwicklungen zurück: Die Markteinführungszeit unserer Produkte ist für eine „First Follow“ zu lang. Der klare Fokus bei Produkten und bei der Bearbeitung der Märkte ist schleichend verloren gegangen. MAXDATA verliert Geld – das ist die einfache und harte Wahrheit. Dies und nichts anderes zeigen uns die Zahlen des abgelaufenen Geschäftsjahres. Damit ist klar: Wenn wir die Zukunft gewinnen wollen, reichen kosmetische Veränderungen nicht aus, es reicht auch eine Behandlung mit homöopathischen Mitteln nicht aus – nein, meine Damen und Herren: Wir müssen die Wirklichkeit anerkennen und die heißt: Wir müssen jetzt ernsthaft handeln. Wir müssen jetzt ernsthaft eingreifen.

Damit der Patient MAXDATA gesunden wird. Das Rezept der Vergangenheit war: „Wachsen um Probleme zu lösen.“ Dieses Rezept hat nicht gewirkt – es ist passé. Das neue Rezept ist: „Wir müssen unsere Probleme lösen um zu wachsen.“

Und genau so ist unser Restrukturierungsplan zu verstehen: Es ist der Behandlungsplan des Patienten MAXDATA. Die eingeleiteten Restrukturierungsmaßnahmen sind umfassend, weit reichend und eröffnen MAXDATA eine Perspektive für die Zukunft. Lassen Sie es mich ganz deutlich sagen: Wir brauchen einen Weg nach vorne: einen Weg, der Optionen und Marktchancen eröffnet – nur so kann MAXDATA die Zukunft gewinnen.

**Die eingeleiteten
Restrukturierungsmaß-
nahmen sind umfassend,
weit reichend und
eröffnen MAXDATA
eine Perspektive
für die Zukunft.**

Bei der Restrukturierung müssen wir sorgsam, gründlich und schnell vorgehen:

- ▷ Im Rahmen der Restrukturierung werden wir unsere Kostenstrukturen aufräumen – mit Sinn und Verstand – konsequent und umfassend und damit, wie bereits erwähnt, den Break-Even-Point deutlich senken.
- ▷ Wir werden zukünftig Überflüssiges sein lassen und uns auf das Wesentliche konzentrieren und damit die Komplexität deutlich reduzieren.
- ▷ Wir werden die Kunden und die Märkte im Auge behalten und die Produkte anbieten, die unsere Partner und Kunden benötigen, und die Technologievorreiter Intel und AMD begleiten.
- ▷ Wir werden unsere Produkte zu angemessenen Preisen und auskömmlichen Margen anbieten.
Und:
- ▷ Wir werden uns mit Wachstum befassen – profitablen Wachstum und ausschließlich profitablen Wachstum.

Unser Restrukturierungsplan hat drei Ansatzpunkte:

- ▷ Beschaffungsmaßnahmen
- ▷ Kostenmaßnahmen
- ▷ Vertriebliche Maßnahmen

Ich werde Ihnen den Restrukturierungsplan umfassend erläutern und begründen. MAXDATA hat harte Wochen und Monate vor sich. Und es ist in solchen Zeiten notwendig, dass Sie als Anteilseigner das Vorgehen des Managements verstehen und mittragen. Ich möchte beginnen mit den Maßnahmen auf der Beschaffungsseite, hier am Beispiel Margenoptimierung. Wir haben gesehen, dass MAXDATA im abgelaufenen Geschäftsjahr die Marge der Vorjahre nicht halten konnte – ein Alarmzeichen. Was steckt dahinter? Was ist zu tun? MAXDATA ist in den letzten Jahren deutlich zu komplex geworden. Die Anzahl von Komponenten für unsere PCs, Notebooks und Server ist zu hoch. Wir haben zu viele Monitortypen im Portfolio und auch die internen Prozesse bei MAXDATA strotzen vor Vielfalt – hiermit machen wir nunmehr Schluss. Lassen Sie mich unsere Überlegungen am Beispiel Komponenten für PCs, Notebooks und Server erläutern: All diese Komponenten müssen evaluiert, beschafft und verbaut werden. Und nicht zu vergessen: Die Volumina je Komponente sind klein – so wird optimales Einkaufen unnötig erschwert. Die hohe Vielzahl macht in jeder einzelnen Stufe unnötigen Aufwand.

**MAXDATA konnte
im abgelaufenen
Geschäftsjahr die Marge
der Vorjahre nicht halten
– ein Alarmzeichen.**

Und können wir für unsere Kunden durch diese Vielzahl Nutzen erzeugen? Offensichtlich nicht, denn unsere Kunden wollen dafür nicht zahlen. Kurz gesagt, wir machen hier etwas falsch. Wir machen es für Lieferanten und Kunden gleichermaßen aufwendig mit uns Geschäfte abzuwickeln: Mit anderen Worten, unsere

„Supply Chain“ ist nicht mehr optimal ausgerichtet.

Bei der Anzahl der Komponenten sind wir weit über das Ziel hinausgeschossen. So erzielt man keinen Nutzen für Kunden und Partner – ansonsten wäre die Akzeptanz der Kunden höher und wir könnten uns über höhere Preise freuen. Hier besteht Handlungsbedarf – ein wesentlicher Beitrag zur Restrukturierung. Der Abbau der Komplexität ist demnach ein entscheidender Hebel zur Wiedererlangung der Wettbewerbsfähigkeit von MAXDATA.

**Der Abbau von
Komplexität ist ein
entscheidender Hebel
zur Wiedererlangung der
Wettbewerbsfähigkeit
von MAXDATA.**

- ▷ Der Abbau von Komplexität ermöglicht uns den Einkaufsprozess zu optimieren und wir werden dies tun.
- ▷ Wir werden den Wettbewerb der Lieferanten erhöhen.
- ▷ Wir werden uns verstärkt um die Kundenwünsche kümmern, wir werden in Marktanforderungen denken und weniger in technischen Möglichkeiten.

Unsere Partner und Kunden erwarten von MAXDATA Produkte hoher Qualität, Produkte mit stimmigem Preis-Leistungsverhältnis. Unsere Partner und Kunden erwarten gute Serviceleistungen. Unsere Built-to-Order-Kompetenz ist ebenso wie unsere Lieferperformance eine feste Größe. Darauf können und werden wir bauen. Wir werden darüber hinaus die Attraktivität unserer Sortimente steigern. Folgende Beispiele sollen dies erläutern:

- ▷ Wir werden unsere Komponentenvielfalt straffen, ohne die Flexibilität zu beeinflussen, und gezielt marktgerechte Lösungen anbieten, um uns so positiv vom Wettbewerb abzugrenzen, und damit auch kostengünstiger produzieren.

- ▷ Wir werden neue Technologien zeitnah anbieten und damit die Attraktivität unserer Produkte erhöhen.
- ▷ Mit den im Jahre 2005 geschaffenen „Business-Units“ haben wir Einheiten mit Verantwortung für den gesamten Produktlebenszyklus geschaffen. Die derzeitige Restrukturierung wird diesen Einheiten die Möglichkeit geben Produktneueinführungen deutlich zu beschleunigen. Wir werden unsere „Time-to-Market“ verkürzen.

Wir werden darüber hinaus die Attraktivität unserer Sortimente steigern.

- ▷ Wir werden gezielt vertikale Märkte bedienen. Damit bietet MAXDATA individuelle Lösungen für unterschiedliche Nutzergruppen.
- ▷ Wir werden die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten zum beidseitigen Vorteil weiterentwickeln, Stärken bündeln – gemeinsame Konzepte entwickeln und umsetzen.

Zur Definition der notwendigen Kostenmaßnahmen werden derzeit alle Unternehmensbereiche einer kritischen Prüfung unterzogen. Wir werden 300 Arbeitsplätze im In- und Ausland abbauen. Strukturelle Anpassungen wird es insbesondere in Großbritannien, den Beneluxländern und Spanien geben. Dort werden wir die Kostenstrukturen unserer Ertragslage anpassen. Das geht einher mit einer Reduzierung der Infrastruktur. Im Vertrieb haben wir die Strukturen optimiert und noch stärker auf die Steigerung des Absatzes ausgerichtet. Gleichzeitig wird MAXDATA zur Stärkung der Wettbewerbssituation in strategischen osteuropäischen Zielmärkten weitere Expansionen vornehmen, um vorhandene Marktpotenziale zu nutzen. Wir werden mit unserer „Partner-Win-Kampagne“ rund

20.000 neue IT-Fachhändler und Systemhäuser europaweit adressieren.

MAXDATA wird das erfolgreiche indirekte Vertriebsmodell fortführen. MAXDATA ist der verlässliche Partner des Fachhandels. Das war so, das ist so und das wird so bleiben. Hierdurch unterscheidet sich MAXDATA

Wir werden 300 Arbeitsplätze im In- und Ausland abbauen.

deutlich vom Wettbewerb – zum Wohle unserer Partner und deren Kunden. Wir haben mit dem Ausbau unserer Partnerprogramme begonnen und werden dies zur Unterstützung der MAXDATA Partner in diesem Jahr weiter ausbauen. Die konsequente Fortführung des indirekten Vertriebsmodells und die gleichzeitige Senkung von Kosten erlaubt es MAXDATA, mittelfristig wieder zu wachsen und wieder profitabel zu werden. Ziel der Maßnahmen ist, die 2005 entstandene Ertragslücke zu schließen und das Unternehmen zu konsolidieren. Mit anderen Worten: Wir wollen unseren betrieblichen Aufwand um 30 Mio. Euro senken. Dies werden wir in 2007 vollständig umgesetzt haben. Als wesentliche Blöcke entfallen 12 Mio. Euro auf Personalmaßnahmen, weitere 12 Mio. Euro auf Einspareffekte beim Einkauf sowie 3 Mio. Euro durch Einsparungen in den ausländischen Standorten, sowie 3 Mio. Euro sonstige Kosteneinsparungen. Die Restrukturierung hat begonnen, mit ersten Erfolgen. Und wir sind im Zeitplan. Der Weg ist steinig, doch es gibt keine Alternative für die Gesundung von MAXDATA. Wir stellen vieles, aber nicht alles in Frage: Wir werden unser Geschäftsmodell grundsätzlich aufrechterhalten. Wir wollen unsere Position in den bestehenden Märkten halten und ausbauen, bevor wir neue Märkte erschließen. In dieser Phase macht es absolut Sinn, sich auf das zu besinnen, was wir können. Die Restrukturierungsmaßnahmen betreffen aus-

schließlich die drei bereits beschriebenen Bereiche Beschaffung, Kosten und Vertrieb.

Meine Damen und Herren, so weit meine Ausführung zu den umfassenden Restrukturierungsmaßnahmen. Sie dienen dem Kunden, dem Service und der Verbesserung unserer Stellung im Markt. Wir wollen, nein wir müssen unser Unternehmen noch schneller, noch flexibler und noch produktiver machen. Und damit werden wir unsere Ertragsziele erreichen.

Zukunft

Meine Damen und Herren, hiermit möchte ich meinen Überblick über das Geschäftsjahr 2005 und die geplanten Maßnahmen 2006 abschließen. Die Maßnahmen des Jahres 2006 werden MAXDATA wieder auf Kurs bringen. Das steht für mich außer Frage. Ich warne aber vor Illusionen. MAXDATA wird zur Genesung Zeit benötigen. Die Arbeiten haben begonnen und werden unter Hochdruck in meiner Verantwortung vorgebracht. Es handelt sich, dies sei hier nochmals vermerkt, um schmerzliche Eingriffe, wir bauen ca. 300 Arbeitsplätze ab. Dies ist mehr als schmerzlich, tut weh, ist aber unvermeidlich.

Wir wollen unseren betrieblichen Aufwand um 30 Mio. Euro senken.

Lassen Sie mich zum Abschluss einen Ausblick formulieren. Für uns entscheidend ist, dass wir die eingeleiteten Maßnahmen vollständig umsetzen. Dabei zielen die Anstrengungen sowohl auf Wachstumssteigerung, Optimierung der Produkt- und Prozessqualität als auch auf nachhaltige Verbesserung der Wirtschaftlichkeit. Der Vorstand rechnet 2006 mit einem Umsatz von rund 600 Mio. Euro und einem Fehlbetrag von rund 20 Mio. Euro. Im Geschäftsjahr 2007 greifen die jetzt eingeleiteten Maßnahmen vollständig und führen

zu einer deutlichen Ergebnisverbesserung. Ziel ist zumindest „die schwarze Null“. Spätestens im Jahr 2008 wollen wir wieder profitabel sein.

**Die Maßnahmen des
Jahres 2006 werden
MAXDATA wieder
auf Kurs bringen.**

▷ MAXDATA wird die Wende schaffen, weil wir unsere Schwächen abstellen und unsere Stärken neu definieren.

▷ MAXDATA wird die Wende schaffen, weil wir unsere Potentiale nutzen und ausbauen.

▷ MAXDATA wird die Wende schaffen, weil wir unsere Energie in die Umsetzung der Konzepte stecken und die Restrukturierung vollständig umsetzen.

Sehr geehrte Damen und Herren, den Weg habe ich Ihnen mit meinen Ausführungen erläutert. Ich bitte Sie um Ihr Vertrauen. Ich weiß, dass ich auf motivierte und engagierte Mitarbeiter setzen kann – dafür vielen Dank. Ich weiß, dass die Arbeitnehmervertreter die Notwendigkeit der Restrukturierung kennen und verste-

hen. Ich wünsche mir, dass wir die vor uns liegende Strecke gemeinsam meistern werden. Ich bin davon überzeugt, dass wir gemeinsam erfolgreich sein werden. Ich persönlich werde mich dafür voll einsetzen. Ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit und stehe Ihnen nun zusammen

**Spätestens im
Jahr 2008 wollen wir
wieder profitabel sein.**

mit meinem Kollegen Reinhard Blunck für Fragen zur Verfügung. Vielen Dank.

