



---

---

## **Wir konnten unser Geschäft trotz unverändert schwieriger Rahmenbedingungen positiv weiterentwickeln**

### **Dr. Heiner Gürtler**

Vorsitzender des Vorstands  
der Wella AG

in der Hauptversammlung am 15. Dezember 2004

---

---



Sehr geehrte Aktionärinnen, Aktionäre und Aktionärsvertreter, sehr geehrte Damen und Herren,

ich begrüße Sie – auch im Namen meiner Vorstandskollegen – zu unserer heutigen ordentlichen Hauptversammlung.

Mit der dritten Hauptversammlung in diesem Jahr blickt die Wella AG wieder einmal auf ereignisreiche Monate zurück. Im abgelaufenen Rumpfgeschäftsjahr 2004 und den letzten Monaten ist es uns gelungen, trotz schwieriger Rahmenbedingungen unser Geschäft in den Bereichen Friseur sowie Kosmetik & Duft – dem eigentlichen Kern des Wella Geschäfts – auf dem Wachstumspfad zu halten. Darüber hinaus haben wir wesentliche Voraussetzungen geschaffen, die jetzt seit fast zwei Jahren andauernde Phase des Umbruchs im Zusammenhang mit dem Übernahmeprozess bald zu beenden. Hierfür wurden zum Beispiel mit der Auslizenzierung des Consumergeschäfts an Procter & Gamble, der vertraglichen Zusammenarbeit in den Bereichen Einkauf,

Supply Chain, Forschung & Entwicklung, aber vor allem mit dem Abschluss des Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrages zwischen Wella und unserem Hauptaktionär Procter & Gamble Weichen gestellt.

---

---

### **Mit der dritten Hauptversammlung in diesem Jahr blickt die Wella AG wieder einmal auf ereignisreiche Monate zurück.**

---

---

Ein bedeutendes Ergebnis dieser Weichenstellung für die Zukunft des Unternehmens war die am 14. Juli bekannt gegebene Bildung der neuen P&G Unternehmenseinheit „Prestige & Professional Care“. Mit der Zusammenführung der P&G und Wella Aktivitäten in diesen beiden Bereichen unter einer Leitung erhält unser Geschäft im Bereich Kosmetik & Duft (Prestige) und Friseur (Professional) eine tragende Rolle innerhalb der P&G-Gruppe.

Bevor ich jedoch darauf ausführlicher zu sprechen komme, werde ich Ihnen zunächst die Entwicklung der Wella AG im Rumpfgeschäftsjahr 2004 für den Konzern sowie für die Geschäftsbereiche Friseur, Kosmetik & Duft und Consumer im Einzelnen darstellen. Anschließend werde ich über die Ereignisse, die im Rumpfgeschäftsjahr und seit dem Abschlussstichtag von besonderer Bedeutung für die Zukunft des Unternehmens waren, berichten. Danach gehe ich auf den Verlauf des 1. Quartals im Fiskaljahr 2004/2005 sowie auf die Umsatzentwicklung bis einschließlich November ein. Zum Schluss meiner Rede werde ich Sie über die Bildung der globalen Unternehmenseinheit „Prestige & Professional“ näher informieren.

Nun zunächst zur Entwicklung der Wella Gruppe im Rumpfgeschäftsjahr 2004. Es umfasst die Monate Januar bis Juni und wurde mit Beschluss der außerordentlichen Hauptversammlung vom 3. Februar dieses Jahres eingeschoben, um unser Geschäfts-

jahr dem von Procter & Gamble anzugleichen.

Trotz einer verhaltenen Weltwirtschaft, negativen Wechselkurseinflüssen und steigendem Wettbewerbs-

---

**Es gelang Wella im  
Berichtszeitraum, den  
Umsatz in den Bereichen  
Friseur sowie Kosmetik &  
Duft währungsbereinigt um  
insgesamt 7,2% zu steigern.**

---

druck gelang es Wella im Berichtszeitraum, den Umsatz in den Bereichen Friseur sowie Kosmetik & Duft – wie bereits gesagt, dem eigentlichen Kern des Wella Geschäfts – währungsbereinigt um insgesamt 7,2% zu steigern.

Angesichts der nach wie vor schwierigen Marktlage und der bald zweijährigen Umbruchphase ist dies ein Erfolg.

Die Entwicklung des Gesamtkonzerns im Vergleich zum Vorjahr ist nicht mehr aussagekräftig – und diese Feststellung gilt auch für fast alle anderen noch folgenden Eckdaten der Wella Gruppe –, da mit der schrittweisen Übergabe der Consumer-Vertriebsaktivitäten seit April 2004 an P&G der bei der Wella verbliebene Umsatz in diesem Geschäftsbereich mit währungsbereinigt minus 9% natürlich zurück ging. Zieht man dennoch den Vergleich, erwirtschaftete die Wella Gruppe von Januar bis Juni 2004 einen Gesamtumsatz von 1.550,0 Millionen Euro. Bereinigt um Wechselkurseinflüsse entspricht dies einem Plus von 2,4%.

Nach dem vielversprechenden Start der Wella Gruppe in das erste Quartal 2004 war das Ergebnis des zweiten Quartals vor allem durch Restrukturierungskosten, einmalige Sonderaufwendungen und remanente Fixkosten aus dem Consumergeschäft geprägt. Diese Einflüsse belasteten das Ergebnis des Rumpfgeschäftsjahres in hohem und außergewöhnlichem Maße.

Insgesamt beträgt das Ergebnis vor Zinsen und Steuern – also das EBIT –

des Konzerns minus 195,2 Millionen Euro. Darin sind Restrukturierungskosten in Höhe von 217,5 Millionen Euro und andere, nicht getrennt ausgewiesene, einmalige Sonderaufwendungen enthalten. Dabei fiel im Bereich Consumer mit 162,9 Millionen Euro der weitaus größte Teil der Restrukturierungskosten an.

Bereinigt nur um die ausgewiesenen Restrukturierungskosten, ohne Bereinigung um die Sonderaufwendungen, betrug die EBIT-Rendite des Konzerns 1,4%. Der Rückgang ist – wie gesagt – gegenüber dem Vorjahr maßgeblich durch Sonderaufwendungen beeinflusst und das EBIT deshalb

---

**Restrukturierungs-  
kosten, einmalige  
Sonderaufwendungen und  
remanente Fixkosten aus  
dem Consumergeschäft  
belasteten das Ergebnis  
des Rumpfgeschäftsjahres  
in hohem und  
außergewöhnlichem Maße.**

---

mit 2003 nicht vergleichbar. Dazu gehören z.B. Wettbewerbs-Abwehrmaßnahmen im Bereich Friseur, remanente Fixkosten im Consumergeschäft, Vorratsabwertungen und Abschreibungen auf Marken und ähnliche Rechte sowie Sonderaufwendungen für Rechtsberatung des Konzerns.

Die Wella Gruppe erzielte im Berichtszeitraum rund 73% ihres Umsatzes außerhalb Deutschlands. Dabei ergab die regionale Verteilung des Umsatzes – wie Sie sehen können – kaum eine Verschiebung der Umsatzanteile.

Die Kostenstruktur für das 1. Halbjahr 2004 enthält beides, Restrukturierungskosten und Sonderaufwendungen, und ist deshalb mit dem Vorjahr 2003 nicht vergleichbar. Der prozentuale Anstieg der Cost of Goods, der Vertriebs- und allgemeinen Verwaltungskosten hängt – wie gesagt – maßgeblich mit Sondereffekten zusammen.

Wie Sie wissen, hat sich Procter & Gamble im Beherrschungsvertrag zu einem Verlustausgleich gegenüber der Wella AG verpflichtet. Dieser Ausgleich betrug für das Rumpfgeschäftsjahr 231,6 Millionen Euro.

---

**Die Bilanzsumme des  
Konzerns zum 30. Juni  
2004 ist gegenüber dem  
31. Dezember 2003  
um 3,8% auf  
2.615,9 Millionen Euro  
angestiegen.**

---

Zur Bilanz: Die Bilanzsumme des Konzerns zum 30. Juni 2004 ist gegenüber dem 31. Dezember 2003 um 3,8% auf 2.615,9 Millionen Euro angestiegen. Der Anstieg der Vorräte ist auf die Saisonalität großer Teile unseres Geschäfts zurückzuführen: im Frühjahr und Sommer werden regelmäßig Warenbestände für Produktinitiativen im Herbst aufgebaut. Dies gilt insbesondere für das Duftgeschäft. Auf der anderen Seite gehen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zurück. Dass sich die Forderungen insgesamt dennoch erhöht haben, liegt an der Forderung an Procter & Gamble aus dem Verlustausgleichsanspruch über 231,6 Millionen Euro. Die Beendigung unseres bisherigen Forderungsverkaufsprogramms hat sich in der Erhöhung der Finanzanlagen auf 118,2 Millionen Euro niedergeschlagen.

Auf der Passivseite ist in Folge des restrukturierungsbedingt negativen Jahresergebnisses ein Rückgang des Eigenkapitals in Höhe von 86,8 Millionen Euro auf insgesamt 568,3 Millionen Euro zu verzeichnen. Das Fremdkapital erhöhte sich auf 2.040 Millionen Euro. Innerhalb des Fremdkapitals wurden teilweise Finanzschulden auf zinsgünstigere Darlehen von P&G umgeschichtet.

Bei einem bereinigten operativen Ergebnis von 22,3 Millionen Euro erzielte der Konzern im Rumpfgeschäftsjahr einen Free-Cash Flow in Höhe von 32,9 Millionen Euro. Anzu-

merken ist dabei, dass aufgrund der Saisonalität unseres Geschäfts das operative Ergebnis im 1. Halbjahr in der Regel deutlich niedriger als die Hälfte des Gesamtjahres ist.

Zum Ende des Rumpfgeschäftsjahres, am 30. Juni 2004, beschäftigte Wella weltweit 17.040 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Verglichen mit Ende Dezember des vergangenen Jahres bedeutet dies einen Rückgang von 2,3%, das sind 410 Beschäftigte. Diese Zahl relativiert sich noch etwas, wenn man weiß, dass die Zahl der Neueinstellungen im Vergleich zu den Vorperioden deutlich geringer war.

---



---

### Für die sechs Monate des Rumpfgeschäftsjahres ergibt sich anteilig eine Ausgleichszahlung von Euro 1,91 für die Stämme und Euro 1,92 für die Vorzüge.

---



---

Unverändert sind dabei die Bereiche Produktion, Logistik und Forschung & Entwicklung. Veränderungen durch die Schließung einiger, insbesondere ausländischer, Produktionsstätten werden sich erst in der Zukunft widerspiegeln. Im Bereich Marketing und Vertrieb sowie Verwaltung hat sich die Mitarbeiterzahl aufgrund der Auslizenzierung des Consumergeschäfts und des schrittweisen Übergangs dieses Geschäfts an P&G verringert. Dabei wurden mit P&G Regelungen zur Übernahme eines Teils der Wella Mitarbeiter vereinbart. In Deutschland konnte dadurch und durch alternative Jobangebote im Wella Konzern bis auf wenige Ausnahmen den Mitarbeitern ein Beschäftigungsverhältnis angeboten werden.

Zur Dividende für das Rumpfgeschäftsjahr 2004: Der Beherrschungsvertrag zwischen Wella und P&G sieht für diejenigen Aktionäre, die das Barabfindungsangebot nicht angenommen haben, für die Vertragslaufzeit eine jährliche feste Ausgleichs-

zahlung von Euro 3,81 für Stamm- und von Euro 3,83 für Vorzugsaktien vor. Für die sechs Monate des Rumpfgeschäftsjahres ergibt sich daraus anteilig eine Ausgleichszahlung von Euro 1,91 für die Stämme und Euro 1,92 für die Vorzüge.

Lassen Sie mich jetzt auf die Entwicklung der drei Geschäftsbereiche von Wella eingehen:

Der Umsatz unseres größten Geschäftsbereichs, Friseur, stieg im Rumpfgeschäftsjahr um 2,3% auf 763 Millionen Euro. Bereinigt um Wechselkurseinflüsse belief sich das Wachstum auf 4,4%.

In den Regionen vermochte Wella vor allem in den meisten Ländern Europas Marktanteilsgewinne zu erzielen. In Deutschland war die Situation schwieriger. In der Region Amerika konnte der Umsatz in Landeswährung leicht gesteigert werden. In Asien zeigte sich ein uneinheitliches Bild. Besonders hervorzuheben ist der wichtige Zukunftsmarkt China mit hohem zweistelligem Wachstum, während die Entwicklung in Japan leicht rückläufig war. Wir sind aber weiterhin Marktführer in Japan.

---



---

### Der Umsatz unseres größten Geschäftsbereichs, Friseur, stieg im Rumpfgeschäftsjahr um 2,3% auf 763 Millionen Euro.

---



---

Bedingt durch Restrukturierungskosten von 38,9 Millionen Euro sowie andere Sondereffekte, wie Abwehrmaßnahmen gegenüber den Wettbewerbern, ging das operative Ergebnis (EBIT) im Rumpfgeschäftsjahr auf 34,5 Millionen Euro zurück.

In einem um 3 bis 4% wachsenden Weltmarkt gelang es Wella, den Marktanteil zu halten. Damit konnte das Unternehmen seine Position als eine sehr starke Nr. 2 im globalen Friseurmarkt voll behaupten.

Der unter dem Dach der Cosmopolitan Cosmetics GmbH zusammengefasste Geschäftsbereich Kosmetik & Duft erzielte im Rumpfgeschäftsjahr

2004 Umsatzerlöse von 375,8 Millionen Euro. In einem kaum wachsenden Markt setzte er damit den Wachstumskurs mit währungsbereinigter 13,3% Steigerung fort und erfüllte die hohen Erwartungen.

Unverändert wird das Wachstum durch die Neueinführung innovativer Düfte getragen, wie zum Beispiel durch Gucci, Escada und Puma.

---



---

### Das Wachstum im Geschäftsbereich Kosmetik & Duft wird unverändert durch die Neueinführung innovativer Düfte getragen, wie zum Beispiel durch Gucci, Escada und Puma.

---



---

In den Zahlen des Rumpfgeschäftsjahres spiegelt sich die hohe Internationalisierung des Geschäfts wider: Trotz insgesamt negativer Wechselkurseinflüsse hat sich der Anteil der Umsatzerlöse außerhalb Deutschlands auf jetzt 80% erhöht. In einem schwach rückläufigen deutschen Markt konnten die Umsatzerlöse im Berichtszeitraum leicht gesteigert werden, wodurch die Marktstellung weiter verbessert wurde. In allen übrigen Regionen – Lateinamerika, Asien/Pazifik, Nordamerika und Europa – konnte hingegen deutlich zweistelliges Umsatzwachstum erzielt werden.

Im Wesentlichen bedingt durch Restrukturierungskosten in Höhe von 12 Millionen Euro und andere Einmaleffekte belief sich das operative Ergebnis (EBIT) des Geschäftsbereichs Kosmetik & Duft in den Monaten Januar bis Juni 2004 auf ein mit den Zahlen des Vorjahres nicht vergleichbares Minus von 14,2 Millionen Euro.

Cosmopolitan Cosmetics konnte ihren Anteil am Weltmarkt deutlich ausbauen und die Position unter den fünf größten Duftanbietern weltweit stärken.

In Folge der Auslizenzierung des Consumergeschäfts an P&G ist die

Entwicklung dieses Geschäftsbereichs überhaupt nicht mehr mit den Vorjahren vergleichbar: Der Umsatz ging im Berichtszeitraum auf 411,2 Millionen Euro zurück. Währungsbereinigt entspricht dies einem Rückgang von 9,0%. Das operative Ergebnis (EBIT) fiel auf minus 195,2 Millionen Euro. Verursacht ist dies vor allem durch Restrukturierungskosten in Höhe von 162,9 Millionen Euro sowie andere Sondereffekte, die zum großen Teil im Zusammenhang mit der schrittweisen Übergabe der Vertriebsaktivitäten an P&G stehen.

---

### **Verursacht durch Restrukturierungskosten sowie andere Sondereffekte fiel das operative Ergebnis (EBIT) im Consumergeschäft auf minus 195,2 Millionen Euro.**

---

Zum Schluss meines Überblicks über den Verlauf des Rumpfgeschäftsjahres noch eine Anmerkung zum Vergleich mit unseren europäischen Hauptwettbewerbern: Unsere Zuwachsrate im Kernbereich Friseur und Kosmetik & Duft von nominal 5% im ersten Halbjahr 2004 liegt wie im Vorjahreszeitraum etwas über dem Durchschnitt der Wettbewerber. Dies kann sich angesichts der Übernahme-situation und verstärkter Wettbewerbsaktivitäten sehen lassen.

Meine Damen und Herren,

soweit der wirtschaftliche Verlauf des Rumpfgeschäftsjahres. – Bei der letzten Hauptversammlung wurde der Antrag auf Entlastung von Aufsichtsrat und Vorstand aus Zeitgründen auf die heutige Hauptversammlung vertagt. Deshalb steht die Entlastung von Vorstand und Aufsichtsrat für das Geschäftsjahr 2003 diesmal erneut auf der Tagesordnung. Über das Geschäftsjahr 2003 hatte ich auf der letzten Hauptversammlung am 8. Juni bereits ausführlich berichtet. Es war ereignisreich und wir haben bei schwierigen Rahmenbedingungen ein gutes Ergebnis erzielt. – Im übrigen

verweise ich für Einzelheiten auf meine Erläuterungen im Geschäftsbericht 2003.

Meine Damen und Herren,

lassen Sie mich jetzt auf für die Zukunft Wellas wegweisende Ereignisse im Berichtszeitraum und seit dem Abschlussstichtag zu sprechen kommen. Der wichtigste Meilenstein war nach der Auslizenzierung des Consumergeschäfts der Abschluss des „Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrags“ mit Procter & Gamble, denn dieser hat für die Wella AG und das Management eine klarere Grundlage für die Zusammenarbeit mit P&G geschaffen. Er erleichtert die unternehmerische Entscheidungsfindung, ermöglicht einen weitgehenden Wissenstransfer zwischen den Unternehmen und, in weitaus umfassenderem Maße als bislang, die Vorbereitung für die Realisierung von Synergien. Vor allem aber ist es erst auf Basis dieses Vertrages ermöglicht worden, Schritt für Schritt zukünftige Strukturen für das Unternehmen zu

---

### **Der wichtigste Meilenstein war nach der Auslizenzierung des Consumergeschäfts der Abschluss des „Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrags“ mit Procter & Gamble.**

---

erarbeiten und somit unseren Mitarbeitern wieder langfristige Perspektiven aufzuzeigen und unseren Kunden zu versichern, dass Wella auch in Zukunft weiterhin ein verlässlicher Partner ist. So konnten und können wir auf Basis des Beherrschungsvertrags wichtige Weichen für die Zukunft stellen. Lassen Sie mich dabei zunächst alle wichtigen Ereignisse des Jahres Revue passieren. Ich beginne mit Consumer:

Wie Sie alle wissen, haben wir zu Beginn dieses Jahres einen Vertrag geschlossen, der Marketing und Vertrieb des Wella Consumergeschäfts – mit Ausnahme des Private Label

Business von Kiessling, worauf ich später zurückkommen werde – an P&G lizenziert.

Im April 2004 begann die schrittweise Übergabe unserer Vertriebsaktivitäten im Endverbrauchergeschäft. Bis Anfang Juli waren die Regionen Westeuropa und Asien/Pazifik fast vollständig, die Region Osteuropa teilweise an P&G übergeben. Weltweit wird der Übergang spätestens Mitte 2005 abgeschlossen sein.

---

### **Wir konnten und können auf Basis des Beherrschungsvertrags wichtige Weichen für die Zukunft stellen.**

---

Im Zusammenhang mit dem Lizenzvertrag Consumer kam es zwangsläufig auch zu Anpassungsmaßnahmen von Verwaltungs-Funktionen. In der Folge der Übertragung großer Teile des Wella Consumergeschäfts an P&G wurden dabei die Verwaltungsorganisationen der Wella Ländergesellschaften vor allem hinsichtlich IT, Personalwesen, Finanzen und Verwaltung, Logistik und Planung an die Erfordernisse des bei Wella verbliebenen Friseur- und Duftgeschäfts angepasst. Dies betraf auch einige zentrale Verwaltungsfunktionen in der Wella AG. Insgesamt werden diese Maßnahmen bis zum Abschluss der Übergabe des Consumergeschäfts weltweit einen Abbau von rund 500 Arbeitsplätzen, zum überwiegenden Teil im Ausland, zur Folge haben.

Die Eckpunkte des Lizenzvertrages sind unverändert eine Lizenzgebühr in Höhe von 7% auf den von P&G mit Wella Consumerprodukten erzielten Nettoumsatz nach US-GAAP sowie Wella Warenlieferungen und Dienstleistungen an P&G mit einem Gewinnaufschlag.

Nach Abschluss des Beherrschungsvertrages kam es zu einer Änderungsvereinbarung, mit der die übrigen kommerziellen Bestandteile des Vertrages, die zu der Vorteilhaftigkeit

für Wella beigetragen haben, nämlich insbesondere die Übernahme eines Teils der Restrukturierungskosten sowie der remanenten Fixkosten und die Barwertgarantie weggefallen sind.

Nun zum Thema Einkauf: Im Mai dieses Jahres haben wir mit Procter & Gamble einen Vertrag geschlossen, durch den P&G zum Einkaufsagenten für einen Großteil des Einkaufsvolumens von Wella wird und der es uns somit ermöglicht, das globale Einkaufsnetzwerk von P&G zu nutzen. Zu diesem Zweck wurde eine neue Organisation geschaffen, die sich aus Mitarbeitern beider Unternehmen zu-

---

**Im Mai dieses Jahres haben wir mit Procter & Gamble einen Vertrag geschlossen, durch den P&G zum Einkaufsagenten für einen Großteil des Einkaufsvolumens von Wella wird.**

---

sammensetzt. Mit dieser Vereinbarung verlagern sich zentrale Einkaufsaktivitäten der Wella AG am Konzernsitz Darmstadt sowie der Kölner Dufttochter Cosmopolitan Cosmetics GmbH zur neuen Einkaufsorganisation. Nahezu allen davon betroffenen Mitarbeitern konnten Weiterbeschäftigungsmöglichkeiten bei P&G und Wella angeboten werden.

Für das Beschaffungswesen ergeben sich durch die gemeinsame globale Einkaufsorganisation aufgrund von Skaleneffekten signifikante Kostenvorteile.

Darüber hinaus kooperieren wir seit August auf Basis eines globalen Vertrags auch im Bereich Supply Chain mit P&G. Gemäß den Ergebnissen einer gemeinsamen Studie zur Optimierung der Supply Chain-Strukturen werden weltweit die Produktions- und Logistikaktivitäten konsolidiert. Durch die Bündelung der jeweiligen Stärken und den Abbau von Überkapazitäten entstehen beträchtliche Synergien und wird die internationale Wettbewerbsfähigkeit beider Unternehmen gestärkt.

Im Zuge dieser Konsolidierung wurde begonnen, die Produktion an strategischen Standorten zu konzentrieren. In diesem Zusammenhang werden Wella Produktionsstätten in Indonesien, Italien, Korea, Mexiko, den USA und in Deutschland (Kadus) aufgegeben. Eine kleine Duftproduktionsstätte in Frankreich konnte inzwischen verkauft werden. Insgesamt betrifft die Konsolidierung etwa 1.300 Mitarbeiter weltweit, davon ca. 150 in Deutschland.

Als Ergebnis der Supply Chain-Studie für Deutschland werden im Wella Werk Ondal in Hünfeld Investitionen durchgeführt, um die Wettbewerbsfähigkeit des Werkes im globalen Wella/P&G-Produktionsverbund zu sichern. In diesem Zusammenhang sind rund 80 der insgesamt 1.170 in Hünfeld beschäftigten Mitarbeiter betroffen. Unsere Produktionsstandorte Rothenkirchen in Sachsen für Haarfarben und Köln/Bickendorf für Kosmetik und Duft bleiben davon unberührt.

---

**Im Zuge dieser Konsolidierung wurde begonnen, die Produktion an strategischen Standorten zu konzentrieren.**

---

Als Ergebnis der Supply Chain-Studie, aber auch als Folge unserer globalen Friseurstrategie, muss die Aufgabe des Standortes der Kadabell GmbH & Co. KG in Lenzkirch, die Produkte für den Friseur unter der Marke Kadus produziert und vertreibt, gesehen werden. Lassen Sie mich hier – entgegen vieler Berichterstattungen – klar festhalten, dass Kadus ein Ergebnisproblem hat und insbesondere im Heimatmarkt Deutschland bei voller Zurechnung der Kosten seit Jahren Verluste erleidet. Langfristig können wir ohne Änderung der Strukturen nicht mit einer ausreichenden Verbesserung der Situation rechnen. Deshalb wollen wir uns von der Fertigung der Kadabell GmbH & Co. KG in Lenzkirch tren-

nen. Um eine Schließung zu vermeiden und möglichst viele Arbeitsplätze zu erhalten, sollen die Anlagen und Gebäude an einen Lohnabfüller verkauft werden. Diesbezüglich laufen derzeit aussichtsreiche Verhandlungen mit zwei interessierten Lohnabfüllern für Kosmetikprodukte. Mit dem Kadabell Betriebsrat wurde ein

---

**Langfristig können wir bei Kadus ohne Änderung der Strukturen nicht mit einer ausreichenden Verbesserung der Situation rechnen.**

---

Eckpunkte-Papier vereinbart, das als Verhandlungsgrundlage den Erhalt von rund 90 der ca. 160 in Produktion, Logistik und Verwaltung betroffenen Arbeitsplätze vorsieht. Um den Verkauf zu erleichtern, ist Wella bereit, dem Käufer eine längerfristige Abnahmegarantie für Wella Produkte zu gewähren.

Um an dieser Stelle das Thema „Kadus“ abzuschließen: Ein wesentlicher Wettbewerbsfaktor innerhalb unserer globalen Friseurstrategie ist die einheitliche Steuerung unseres Markenportfolios, um die strategische Markenführung und die internationalen Vertriebsaktivitäten aller Friseurmarken besser aufeinander abstimmen und steuern zu können. Aus diesem Grund werden die entsprechenden Marketing- und Vertriebsaktivitäten von Kadus in die bestehende internationale Friseur-Organisation der Wella AG integriert. In diesem Zusammenhang erhalten ca. 40 Mitarbeiter aus den entsprechenden Bereichen Weiterbeschäftigungsangebote in Darmstadt. Der Kadus Außendienst mit seinen ca. 60 Beschäftigten ist von den Veränderungen nicht unmittelbar betroffen.

Nun zu Kiessling: Aus strategischen Gründen ist entschieden worden, nach der Auslizenzierung des Wella Consumer-Business konsequent auch das Private Label-Geschäft abzugeben und die Emil Kiess-

ling GmbH, Georgensgmünd zu verkaufen. Hier stehen wir ebenfalls in aussichtsreichen Verhandlungen und gehen davon aus, Anfang 2005 zu einem erfolgreichen Abschluss zu kommen.

Meine Damen und Herren,

Ich komme nun zur Forschung & Entwicklung: Auch für Forschung & Entwicklung wurde auf Basis des Beherrschungsvertrages zwischen Wella und P&G vertraglich eine gemein-

---

**Auch für Forschung & Entwicklung wurde auf Basis des Beherrschungsvertrages zwischen Wella und P&G vertraglich eine gemeinsame Organisation geschaffen.**

---

same Organisation geschaffen. Dadurch werden die Stärken beider Unternehmen in diesem Bereich genutzt und Synergien bei den entsprechenden Aktivitäten erzielt. Die Wella F&E-Standorte in Darmstadt und in Marly, Schweiz, bleiben in dieser Organisation bestehen. Wella wird auch weiterhin mehr als 400 Mitarbeiter im Bereich F&E beschäftigen. Dabei werden alle Aktivitäten für den Friseurbereich wie bisher aus den beiden Wella Standorten heraus erfolgen. Darüber hinaus wird die Wella F&E-Organisation schwerpunktmäßig auf den Gebieten Haarfarbe und Styling arbeiten. Das schließt auch Consumer-Produkte ein.

Von der Konsolidierung der F&E-Aktivitäten und dem damit verbundenen Zugriff auf das bei P&G vorhandene Know-how im Bereich der Haarkosmetik wird Wella profitieren.

Das eben Gesagte gilt in gleicher Weise für den Duftbereich. Auch hier bleiben die F&E-Aktivitäten von Cosmopolitan Cosmetics erhalten, werden aber in dem weit größeren F&E-Bereich für P&G Fine Fragrances konsolidiert.

Meine Damen und Herren,

die gerade erläuterten Projekte stellen wichtige und richtige Meilen-

steine im Übernahmeprozess dar. Sie stellen maßgeblich die Weichen für die weitere Zukunft unserer beiden Kerngeschäftsbereiche Prestige & Professional innerhalb des P&G Konzerns und machen wirtschaftlich nicht nur für den Mehrheitsaktionär, sondern auch für Wella Sinn.

Der Übernahmeprozess ist von einigen Aktionären sehr kritisch begleitet worden bis zu persönlichen Vorwürfen gegen den Vorstand. Wir fühlen uns in unserer Auffassung, dass diese Vorwürfe völlig unberechtigt sind, nun auch durch das Amtsgericht Darmstadt bestätigt. Dieses hat mit Beschluss vom 07.12. den Antrag auf Sonderprüfung zurückgewiesen und dabei unter anderem festgestellt, dass Gesetzesverletzungen oder unredliches Handeln seitens Vorstand und Aufsichtsrat nicht vorliegen.

---

**Wir fühlen uns in unserer Auffassung, dass die Vorwürfe gegen den Vorstand völlig unberechtigt sind, nun auch durch das Amtsgericht Darmstadt bestätigt.**

---

Meine Damen und Herren,

Bevor ich auf den Verlauf des ersten Quartals im neuen Geschäftsjahr 2004/2005 eingehe, möchte ich darauf hinweisen, dass die Wella AG zum 1. November diesen Jahres aus dem Prime Standard der Deutschen Börse ausgeschieden ist. Die Frankfurter Wertpapierbörse hat einem entsprechenden Antrag unsererseits entsprochen, die Zulassung der Stamm- und Vorzugsaktien zum Teilbereich des amtlichen Marktes mit weiteren Zulassungsfolgepflichten zu widerrufen.

Bedingt durch die neuen Mehrheitsverhältnisse und insbesondere nach dem Abschluss des Beherrschungsvertrages mit P&G hat das Interesse von Analysten und Investoren an unserem Unternehmen stark abgenommen, deshalb machen Analystentreffen und die Erarbeitung von Quar-

talsberichten nur noch wenig Sinn, und rechtfertigen die Aufwendung der damit verbundenen Kosten nicht.

Der Rückzug aus dem Prime Standard führte in der Folge auch zum Ausscheiden aus dem MDAX. Wella verbleibt im General Standard der Deutschen Börse und wird weiterhin Halbjahresberichte vorlegen.

Nun zum ersten Quartal im neuen Geschäftsjahr 2004/2005:

---

**Der generelle Trend aus dem Rumpfgeschäftsjahr setzte sich in den Monaten Juli bis September fort.**

---

Der generelle Trend aus dem Rumpfgeschäftsjahr setzte sich in den Monaten Juli bis September fort: Während die Kernbereiche Friseur und Kosmetik & Duft zusammen genommen ihren Umsatz währungsbereinigt um 3,1% im Vergleich zur Vorjahresperiode zu steigern vermochten, ging der Konzernumsatz insgesamt auf 746 Millionen zurück.

Dies entspricht währungsbereinigt einem Minus von 7,6%. Ausschlaggebend dafür ist die Übergabe weiterer Consumergeschäfte an P&G, was den Umsatz dieses Bereichs auf 148 Millionen Euro senkte. Mit einem Umsatz von 373 Millionen Euro verzeichnete Friseur währungsbereinigt ein Plus von 2,2%; mit 224 Millionen Euro legte Kosmetik & Duft bereinigt um Wechselkurseffekte um 4,7% zu.

Wie das Rumpfgeschäftsjahr 2004 war auch das erste Quartal des laufenden Geschäftsjahres von umfangreichen Restrukturierungsaktivitäten gekennzeichnet und deshalb im Ergebnis vor und nach Steuern wie im Rumpfgeschäftsjahr stark negativ. Ich möchte hinzufügen, dass sich das um Restrukturierungskosten und Sonderaufwendungen bereinigte Quartalsergebnis, also das underlying EBIT im Vergleich zum entsprechenden Vorjahresquartal positiv entwickelt hat.

Für die Betrachtung des nächsten Charts muss ich zunächst erläutern, dass sich der Konsolidierungskreis

der Wella AG verändert hat. Mit Wirkung zum 1. Oktober haben wir unser USA-Geschäft an P&G USA verkauft. Das Geschäft gehört aber selbstverständlich zu der neuen Unternehmenseinheit Prestige & Professional, zu der ich nachher noch mehr

---

### Mit Wirkung zum 1. Oktober haben wir unser USA-Geschäft an P&G USA verkauft.

---

sagen werde. Aus Gründen der Vergleichbarkeit haben wir die amerikanischen Umsätze in der Umsatzentwicklung der ersten fünf Monate des neuen Geschäftsjahres 2004/2005 in diesem Chart pro forma mit eingeschlossen. Mit einem währungsbereinigten Wachstum von 3,8% konnte der Umsatz in unseren Kernbereichen Kosmetik & Duft und Friseur auf 1.085 Millionen Euro gesteigert werden. Damit hat sich das Wachstum im Oktober und November etwas beschleunigt.

Wie Sie sehen, meine Damen und Herren, ist es uns gelungen, unser Geschäft trotz unverändert schwieriger Rahmenbedingungen positiv weiterzuentwickeln. Dies war nur möglich, da unsere Mitarbeiter trotz des langanhaltenden Übernahmeprozesses und der damit verbundenen erheblichen Zusatzbelastungen engagiert und ergebnisorientiert gearbeitet haben. Dafür danke ich – auch im Namen meiner Vorstandskollegen – allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Wella Gruppe ganz herzlich.

Bereits im Juni auf der Hauptversammlung habe ich betont, wie wichtig es für uns ist, eine Entscheidung über die zukünftige Aufstellung und die mittel- bis langfristigen Strukturen unseres Unternehmens treffen zu können, um endlich unseren Mitarbeitern wieder langfristige Perspektiven aufzeigen zu können. Nach einer solch langen Phase der Unsicherheit ist dies heute – mehr denn je – zwingend notwendig, um nicht Gefahr zu laufen, wichtiges und unabdingbares

Know-how für das Unternehmen zu verlieren.

Mit der Bildung der neuen P&G Unternehmenseinheit „Prestige & Professional“, gemeint ist eine organisatorische, nicht eine rechtliche Einheit, ist im Juli ein wichtiger Meilenstein für die Zukunft gesetzt worden. Damit ist auch ein wesentliches, von uns mit dem Beherrschungsvertrag verbundenes und angestrebtes Ziel im Interesse der Mitarbeiter erreicht worden. Perspektiven können wieder aufgezeigt werden. Lassen Sie mich zum Schluss meiner Rede näher auf diese neue Unternehmenseinheit eingehen, auch wenn unsere Überlegungen zur rechtlichen Ausgestaltung noch nicht abgeschlossen sind.

---

### Mit der Bildung der neuen P&G Unternehmenseinheit „Prestige & Professional“ ist im Juli ein wichtiger Meilenstein für die Zukunft gesetzt worden.

---

Unter dem Dach „P&G Prestige & Professional“ werden die Duftbereiche von Wella, Cosmopolitan Cosmetics, und P&G Fine Fragrances (Prestige) sowie das Wella Friseurgeschäft und das P&G Clairol Professional Geschäft (Professional) innerhalb von P&G zusammengefasst. Durch die starke Stellung unserer beiden Kernkompetenzbereiche Friseur und Kosmetik & Duft innerhalb dieser neuen P&G Unternehmenseinheit werden diese Bereiche eine tragende Rolle im P&G Konzern erhalten. Die Schaffung dieser gemeinsamen Unternehmenseinheit ermöglicht es uns auch, unsere Stärken und unsere Kultur in diesen beiden Bereichen weitgehend in den P&G Konzern einzubringen.

Durch die Zusammenführung der jeweiligen Wella und P&G Friseur- und Duftgeschäfte wird sich das Markenportfolio erheblich vergrößern.

Im Bereich Professional kommen zu unseren Marken wie Wella, Graham Webb, Kadus, Londa und Sebastian nicht nur Clairol Professional,

sondern auch die Marke Vidal Sassoon Professional dazu.

Der P&G Professional-Bereich beschränkt sich heute im Wesentlichen auf das Geschäft in Nordamerika. Für Clairol Professional besteht zukünftig

---

### Durch die Zusammenführung der jeweiligen Wella und P&G Friseur- und Duftgeschäfte wird sich das Markenportfolio erheblich vergrößern.

---

in Verbindung mit der vorhandenen Wella Organisation die Möglichkeit, das Geschäft über Nordamerika hinaus zu internationalisieren. Darüber hinaus werden sich mit der Marke Vidal Sassoon – einer heutigen P&G Retailmarke, die ihre ursprünglichen Wurzeln beim Friseur hat – unter Nutzung der bisherigen Wella Friseur Organisation für die Zukunft zusätzliche Wachstumsperspektiven ergeben.

Auch als Teil des P&G Konzerns wird das Friseurgeschäft mit seiner besonderen partnerschaftlichen Kultur nicht nur erhalten bleiben, sondern auch weiter entwickelt werden können. Dies wird eindrucksvoll durch einen entscheidenden Schritt, den die Wella Corporation im letzten Monat in den USA gegangen ist, demonstriert: in weiten Teilen des Landes wurde das Friseurgeschäft, das bisher – wie in den USA generell üblich – über regionale Distributeure betrieben wurde, auf Direktvertrieb zum individuellen Salon mit eigener Vertriebsmannschaft umgestellt. Damit wird das seit langem erfolgreiche europäische Geschäftsmodell von Wella im Friseurmarkt auf die USA übertragen; ein entscheidender Schritt, um langfristig in der Region Nordamerika für die Wella Marken noch stärker an Bedeutung zu gewinnen, aber auch mit positiven Ausstrahlungseffekten für das Wella Geschäft weltweit.

Auch für den Prestige Bereich erweitert sich innerhalb der neuen Unternehmenseinheit das Markenportfolio erheblich. Dabei ergänzen sich die

jeweiligen Markenhäuser sehr gut. Während Cosmopolitan Cosmetics mit ihren Marken überwiegend im Duftmarkt für Frauen erfolgreich ist, ist P&G mit Düften wie Boss und Lacoste im Schwerpunkt im männlichen Segment vertreten.

In organisatorischer Hinsicht ergänzen sich die beiden Bereiche ebenfalls hervorragend. P&G bringt besondere Markenstärke ein und Cosmopolitan Cosmetics bringt eine globale Vertriebsorganisation ein, die die Präsenz der Marken auf dem Weltmarkt noch verstärken kann.

Es ist klar, dass ein in erheblichen Teilen um P&G Marken im Friseurbereich und stärker noch im Duftbe-

reich erweitertes Geschäft nicht nur aus den bisherigen zentralen Standorten Darmstadt und Köln heraus betrieben werden kann, sondern auch heutige, für dieses Geschäft relevante P&G Standorte einschließen wird. Dass dem auch unsere Organisationsstruktur angepasst werden muss, liegt auf der Hand.

Meine Damen und Herren,

Durch die neue P&G Unternehmenseinheit „Prestige & Professional“ eröffnen sich für Wella Möglichkeiten, die weltweit schon heute sowohl im Friseurmarkt als auch im Duftmarkt vorhandene Spitzenposition gemeinsam mit P&G auszubauen. In der Zukunft haben wir die

Chance, weltweit führend zu werden – und damit verbunden von besonderer Bedeutung: Die Bildung dieser neuen Unternehmenseinheit Prestige

---

---

**In der Zukunft haben wir die Chance, weltweit führend zu werden.**

---

---

& Professional und ihr zukünftiger Erfolg ist im Interesse unserer Mitarbeiter und unserer Kunden und nützt damit auch am Ende allen Aktionären.

Vielen Dank.