

MAXDATA

**Wir werden in den nächsten Jahren
mit gemeinsamen Anstrengungen
unsere ehrgeizigen Ziele verwirklichen**



Jürgen Renz

Sprecher des Vorstandes
der MAXDATA AG

in der Hauptversammlung am 13. April 2005

Sehr geehrte Damen und Herren,
verehrte Aktionäre,

ich begrüße Sie – auch im Namen meiner Vorstandskollegen Thomas Stiegler und Reinhard Blunck – sehr herzlich zur Hauptversammlung hier in Dortmund. Ich freue mich, dass Sie unserer Einladung gefolgt sind und durch Ihre Teilnahme Ihr Interesse an MAXDATA bekunden. Ich möchte Ihnen in den nächsten Minuten einen Überblick geben über das Geschäftsjahr 2004 und unsere Planung für 2005. In der anschließenden Generaldebatte steht Ihnen dann der gesamte Vorstand selbstverständlich für Fragen zur Verfügung.

**Die Informationstechnik
ist und bleibt eine
Schlüsselindustrie für den
Unternehmenserfolg.**

Bevor ich zu meinem Bericht komme, erlauben Sie mir eine kurze persönliche Anmerkung.

Ich bin nun seit Juni 2004 im Unternehmen und seit September im Vorstand. In diesen nunmehr rund zehn Monaten konnte ich mir ein ausführliches Bild vom Unternehmen und den Mitarbeitern, aber natürlich auch von unseren Kunden und unserer Positionierung im Markt machen. Mein Fazit: MAXDATA ist ein hervorragendes Unternehmen mit einem tollen Team und vor allem sehr viel Potenzial. Ich bin überzeugt, dass wir in den nächsten Jahren mit gemeinsamer Anstrengung unsere ehrgeizigen Ziele verwirklichen und das Unternehmen ein großes Stück nach vorne bringen können. Die Informationstechnik ist und bleibt eine Schlüsselindustrie für den Unternehmenserfolg und unsere Produkte und Dienstleistungen werden mehr denn je gebraucht – nicht nur in Deutschland, sondern europaweit. Ich versichere Ihnen, wir werden mit großem Engagement und Begeisterung an der Realisierung unserer Ziele arbeiten und ich bedanke mich bereits

heute bei Ihnen allen für Ihre Unterstützung.

Meine nachfolgenden Ausführungen sind in drei Abschnitte gegliedert:

Im Abschnitt „Rahmenbedingungen 2004“ werde ich das wirtschaftliche Umfeld und die heutige Ausrichtung von MAXDATA darstellen.

Im Abschnitt „Ergebnisse 2004“ möchte ich Ihnen die Resultate des Jahres 2004 detailliert vorstellen.

Unter „Schwerpunkte 2005“ möchte ich Ihnen erläutern, welche konkreten Maßnahmen eingeleitet sind um unsere Ziele nachhaltig zu erreichen.

Meine Damen und Herren, lassen sie mich zunächst einige grundsätzliche Dinge festhalten. Das Geschäftsjahr 2004 hat die MAXDATA AG und die gesamte IT-Industrie erneut vor große Herausforderungen gestellt. Trotz eines weiterhin schwierigen konjunkturellen Umfelds und harten Preiskämpfen innerhalb der Branche ist es unserem Konzern gelungen, seinen Umsatz abermals zu erhöhen und nach 2003 wieder ein positives Be-

triebsergebnis zu erwirtschaften. Der Absatz konnte in fast allen Produktgruppen deutlich gesteigert werden, wobei sich die weiterhin stark fallenden Verkaufspreise ungünstig auf den Gesamtumsatz und das Ergebnis auswirkten.

Der Absatz konnte in fast allen Produktgruppen deutlich gesteigert werden.

Auf der Kostenseite trug unter anderem die Vereinbarung mit der Belschaft Früchte, die seit Anfang 2004 freiwillig länger arbeitet und auf Urlaub verzichtet, um ihre Arbeitsplätze in Deutschland zu sichern.

Die insgesamt positive Geschäftsentwicklung zeigt, dass unser einzigartiges Geschäftsmodell auch in Zukunft erfolgreich sein wird. Wie kein anderer IT-Hersteller fokussiert MAXDATA seine Modell- und Absatzstrategie konsequent auf Geschäftskunden und vertreibt seine hochmoderne Hardware über ein dichtes Netz loyaler Partner.

Die Fertigung in Deutschland ermöglicht – vor allem durch unser ausgefeiltes Fertigungskonzept Built-to-Order – ein rasches Reagieren auf die individuellen Bedürfnisse jedes Kunden. Unser Unternehmen verfügt über flexible, dynamische, leistungsfähige und marktgerechte Strukturen. Überdies ist der Konzern finanziell kerngesund und hat eine hohe Eigenkapitalquote.

Meine Damen und Herren, 18 Jahre lang wurde MAXDATA von ihrem Gründer Holger Lampatz geprägt, der zum Jahresende 2004 auf eigenen Wunsch und im Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat aus dem Vorstand ausgeschieden ist.

Ich persönlich habe allen Grund, mich bei Holger Lampatz zu bedanken. Er hat mich gleich bei unserem ersten Treffen vom Unternehmen und seinen Produkten überzeugt, er hat mir mit seiner Ausstrahlung und seinen Visionen sehr schnell deutlich gemacht, welche Chancen in diesem

Haus warten – kurz – er hat mich für MAXDATA begeistert. Auch im Namen meiner Vorstandskollegen möchte ich mich recht herzlich bei Holger Lampatz bedanken. Der neue Vorstand kann nahtlos an die hervorragende Arbeit von Holger Lampatz anknüpfen.

Wir setzen dabei auf eine Doppelstrategie: Zum einen haben wir die Wachstumsinitiative „Winning together“ angekündigt, in der unsere strategische Ausrichtung auf Wachstumfelder festgehalten ist. Zum anderen werden wir weiter Prozesskosten senken und dies wird bereits im Geschäftsjahr 2005 erste Ergebnisse zeigen. Diese Initiative bezeichnen wir als „Bestform“.

MAXDATA ist auf dem richtigen Weg – mit innovativen Produkten, hoch motivierten und gut ausgebildeten Mitarbeitern sowie einer bestens auf den Markt abgestimmten Vertriebsstrategie. Eine verbesserte Konjunktur in Deutschland – wie sie von vielen Experten für 2005 endlich erwartet wird – würde uns den nötigen zusätzlichen Rückenwind für den Erfolg geben.

Meine Damen und Herren, MAXDATA zählt zu den führenden Hardwareherstellern in Europa. Wir sind in Deutschland mit Belinea die Nummer 1 bei Flachbildschirmen.

Wir werden weiter Prozesskosten senken.

Darüber hinaus ist das Unternehmen mit den Warenfamilien Desktop, Notebook und Server europaweit gut positioniert.

Wachstumsimpulse kommen vor allem aus den Produktparten Flachbildschirme, Server und Notebooks. Größter Markt des Unternehmens ist Deutschland mit einem Umsatzanteil von 58,8 Prozent. Der Auslandsanteil ist in den vergangenen Jahren durch organisches Wachstum stetig gestiegen und soll in den kommenden Jahren 50 Prozent erreichen. Heute verfügen wir im Ausland über acht Landesgesellschaften – in Österreich, der

Schweiz, den Niederlanden, Großbritannien, Frankreich, Spanien, Italien und Polen.

MAXDATA konzentriert sich unter dem Slogan „Individual Technology“ auf die Herstellung marktreifer und effizienter Produkte, die speziell auf die Kundenanforderungen zugeschnitten sind. Im Vordergrund stehen Produktqualität und Produktflexibilität.

MAXDATA steht für maßgeschneiderte Hardwarelösungen.

Weil wir die IT-Budgets der Kunden nicht durch überflüssige Produktfeatures belasten und zugleich beste Qualität liefern, profitieren sie von einem günstigen Preis-/Leistungsverhältnis.

Zudem zeichnen sich MAXDATA Produkte durch eine hohe Kompatibilität mit bestehenden IT-Strukturen und -Systemen aus. MAXDATA steht für maßgeschneiderte Hardwarelösungen – eben „Individual Technology“.

Verehrte Aktionäre, ausschlaggebend für den Erfolg am Markt sind – neben den mehr als 1.200 leistungsstarken und hoch motivierten Mitarbeitern – drei Faktoren:

- ▷ die konsequente Fokussierung auf Geschäftskunden;
- ▷ der indirekte Vertrieb über ein dichtes und loyales Partnernetz sowie
- ▷ die Zwei-Marken-Strategie mit Belinea für Monitore und MAXDATA für Desktops, Notebooks und Server.

Größte Zielgruppe von MAXDATA sind Unternehmen aller Branchen und jeder Größe. Hinzu kommen Behörden, Verbände und Institutionen. Kein anderer IT-Hersteller agiert mit gleicher Konsequenz in diesem Markt. Damit kann MAXDATA eine schlanke Unternehmens- und Kostenstruktur sicherstellen.

Der schlagkräftige Vertrieb besteht aus europaweit etwa 10.000 IT-Händ-

lern und Systemhäusern. Allein in Deutschland kooperieren wir mit 6.000 Partnern. 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 in Europa bestens eingeführten Marken Belinea für Monitore und MAXDATA für Desktop, Notebooks und Server stehen für Produkte mit hohen Qualitätsstandards, einer flexiblen Fertigung, schneller Lieferung und einem leistungsfähigen Service.

Mit der hochmodernen Fertigung in Würselen bei Aachen setzt MAXDATA Maßstäbe für eine effiziente IT-Produktion.

Sie stellt auch bei großen Nachfrageschwankungen – etwa durch Großaufträge oder Auftragsschübe in Folge technischer Innovationen – immer eine kurze Lieferzeit bei höchster Termintreue sicher. Ausschlaggebend hierfür ist unser flexibles Arbeitszeitmodell:

Mit der hochmodernen Fertigung in Würselen bei Aachen setzt MAXDATA Maßstäbe für eine effiziente IT-Produktion.

Jahresarbeitszeitkonten garantieren die Beschäftigung der Mitarbeiter je nach Auftragslage.

MAXDATA gehört zu den Vorreitern bei einer generellen Flexibilisierung der Tarifarbeitszeiten. Mit den Mitarbeitern wurde bereits Ende 2003 eine Verlängerung der Wochenarbeitszeit um zweieinhalb Stunden auf 41 Stunden und eine Verkürzung des Urlaubs um zwei Tage vereinbart, um wettbewerbsfähige Arbeitsplätze in Deutschland zu erhalten. Viele Unternehmen – darunter Großkonzerne wie Siemens – schlossen später ähnliche Vereinbarungen.

Meine Damen und Herren, soweit einige wichtige Anmerkungen zum Unternehmen, seinen Produkten und der Marktposition. Ich komme nun zu den Einzelheiten des Geschäftsjahres 2004.

MAXDATA gehört zu den Vorreitern bei einer generellen Flexibilisierung der Tarifarbeitszeiten.

Zwar konnte die deutsche Volkswirtschaft ihre dreijährige Stagnationsphase beenden und das Bruttoinlandsprodukt um 1,8 Prozent steigern.

Doch die konjunkturelle Entwicklung war durch eine tiefe Spaltung gekennzeichnet: Einer sehr lebhaften Entwicklung der Exporte stand eine weiterhin kraftlose binnenwirtschaftliche Entwicklung gegenüber. Der Konsum der privaten Haushalte stagnierte, und auch die Investitionstätigkeit der Unternehmen enttäuschte die Erwartungen der Experten.

Die IT-Industrie blieb von der nur mäßigen Konjunktur in Deutschland natürlich nicht unberührt. Während der westeuropäische IT-Markt wieder auf Vorjahresniveau um 3,0 Prozent wachsen konnte, stieg der Bereich Computer-Hardware lediglich um 1,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr an. In Deutschland ist die gesamte IT-Industrie zwar um 2,5 Prozent gewachsen.

Der für uns relevante Bereich Computer-Hardware konnte hiervon jedoch nicht im gleichen Maße profitieren, sodass lediglich ein leichtes Wachstum von 0,9 Prozent erreicht wurde.

Damit verzeichnete der Bereich Computer-Hardware nach mehrjähriger Talfahrt erstmals wieder zumindest ein leichtes Plus. Während sich die Unternehmen in den vergangenen Jahren mit Ersatzinvestitionen noch stark zurückgehalten hatten, wurden 2004 wieder etwas mehr IT-Ausrüstungen geordert.

MAXDATA konnte die Absatzzahlen gegenüber dem Vorjahr in nahezu

allen Produktgruppen deutlich steigern. So wurden 22 Prozent mehr Server, 8 Prozent mehr Desktops, 13 Prozent mehr Notebooks und 16 Prozent mehr Monitore am Markt abgesetzt.

Bei TFT-Flachbildschirmen ergab sich sogar ein Absatzanstieg von 33 Prozent, während der Verkauf von CRT-Röhrenmonitoren im Zuge der allgemein sinkenden Nachfrage für diesen Monitortyp um 17 Prozent zurückging.

In dem für MAXDATA wichtigen Business-to-Business-Bereich hat der Konzern sowohl im PC- als auch im Monitor-Bereich seine Marktstellung in Deutschland auf Vorjahresniveau gehalten. Jeder vierte Monitor und jeder zehnte Desktop, der in Deutschland über den Fachhandel verkauft wurde, kam von MAXDATA. Darauf können wir stolz sein.

MAXDATA konnte die Absatzzahlen gegenüber dem Vorjahr in nahezu allen Produktgruppen deutlich steigern.

Meine Damen und Herren, Licht und Schatten liegen hier allerdings dicht beieinander. Die Freude über schöne Absatzsteigerungen wurde deutlich getrübt durch den anhaltenden Preisverfall. Die Folge: Der enorme Preisdruck in allen Produktgruppen führte dazu, dass der Umsatz lediglich auf 660,0 Mio. Euro (Vorjahr: 654,9 Mio. Euro) gesteigert werden konnte. Das entspricht einer Steigerung von 0,8 Prozent.

Seit dem Geschäftsjahr 2003 ist MAXDATA in acht europäischen Märkten außerhalb Deutschlands direkt vertreten. Über Distributionspartner vertreiben wir Belinea Monitore und MAXDATA PC-Systeme in weiteren 14 Ländern Europas, mit Schwerpunkt in Nord- und Osteuropa. Sie sehen an dieser Grafik sehr eindrucksvoll, dass wir die Expansion konsequent vorangetrieben haben und nun ein deutlicher Anteil des Absatz-

volumens im europäischen Ausland erwirtschaftet wird.

Der Auslandsumsatz stieg 2004 erwartungsgemäß auf einen Anteil von 41,2 Prozent vom Gesamtumsatz (Vorjahr: 38,2 Prozent) oder 272,1 Mio. Euro (Vorjahr: 250,2 Mio. Euro). Der Inlandanteil ging entsprechend auf 58,8 Prozent (Vorjahr: 61,8 Prozent) oder 387,9 Mio. Euro (Vorjahr: 404,7 Mio. Euro) zurück.

Der Auslandsumsatz stieg 2004 erwartungsgemäß auf einen Anteil von 41,2 Prozent vom Gesamtumsatz.

Im strategischen Kerngeschäft bietet MAXDATA PC-Systeme, Notebooks und Server unter der Marke MAXDATA sowie Monitore unter der Marke Belinea an. Vom gesamten Hardware-Umsatz entfielen 49,4 Prozent auf MAXDATA Computersysteme (PC-Desktops, Notebooks und Server), der Geschäftsbereich Belinea Monitore trug 43,1 Prozent und der Bereich sonstige Produkte (Peripheriegeräte, Software und Dienstleistungen) 7,5 Prozent bei.

Verehrte Aktionäre, ich komme zum Ergebnis. Der leichte Umsatzzuwachs des Geschäftsjahres bei allerdings sinkender Rohertragsmarge, effizienz erhöhende Maßnahmen in Produktion und Logistik, der Wegfall der Einmalaufwendungen aus dem Vorjahr und insgesamt daraus resultierende Sondereinflüsse führten zu einem EBIT von 0,3 Mio. Euro (Vorjahr minus 15,0 Mio. Euro).

Wir sind mit diesem Ergebnis nicht zufrieden, da wir höhere Erwartungen an das Jahr 2004 geknüpft hatten. Andererseits konnten wir den starken Preisverfall und die Dollarkursentwicklung durch deutliche Volumensteigerungen auffangen und mit gemeinsamer Anstrengung dieses positive Ergebnis erzielen.

Ich möchte mich an dieser Stelle bei allen Mitarbeitern des Unternehmens herzlich bedanken, ohne deren

Einsatz und Engagement dieses Ergebnis nicht möglich gewesen wäre.

Die Rohertragsmarge ist 2004 über alle Produktgruppen hinweg trotz der um rund 14 Prozent höheren Absatzzahlen auf 14,3 Prozent gefallen – 2003 waren es noch 15,0 Prozent. Dieser Rückgang resultiert im Wesentlichen – ich erwähnte es bereits – aus der immer aggressiveren Preispolitik des Wettbewerbs und hat letztlich das Erreichen des geplanten Gewinnzieles für 2004 verhindert.

Die trotzdem erreichte Verbesserung des operativen Ergebnisses ergibt sich aus drei Positionen: einer Reduktion des Personalaufwandes um 1,3 Mio. Euro, dem Rückgang der Abschreibungen um 2,8 Mio. Euro und einer positiven Veränderung der sonstigen betrieblichen Erträge/Aufwendungen.

Der Konzernjahresfehlbetrag beläuft sich danach auf 1,5 Mio. Euro nach einem Konzernjahresfehlbetrag von 20,7 Mio. Euro im Vorjahr. Insgesamt errechnet sich daraus ein Ergebnis von – 0,05 Euro pro Aktie nach einem Ergebnis von – 0,74 Euro pro Aktie im Jahr 2003. Meine Damen und Herren, keine Frage: Niemand kann mit diesem Ergebnis zufrieden sein. Der Vorstand arbeitet intensiv an der Verbesserung der Ertragslage, bereits im laufenden Geschäftsjahr werden wir ein deutlich besseres Ergebnis erzielen.

Unsere Eigenkapitalquote ist auf 58,5 Prozent gestiegen.

Lassen Sie mich noch einige wichtige Bilanzkennzahlen ergänzen. Unsere Eigenkapitalquote ist auf 58,5 Prozent gestiegen (Vorjahr: 57,3 Prozent) und unterstreicht die solide Finanz- und Vermögenssituation des Konzerns, durch die MAXDATA über eine große finanzielle Unabhängigkeit verfügt. Auch das Verhältnis von Eigenkapital zum langfristigen Anlagevermögen spricht für sich: es liegt bei 311,4 Prozent (Vorjahr: 298,7 Prozent).

Der Cash-Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit beträgt minus 5,9 Mio. Euro (Vorjahr: minus 34,7 Mio. Euro). Die Finanzmittelbestände beliefen sich zum Ende des Geschäftsjahres auf 53,3 Mio. Euro. Sie sehen, wir sind grundsollide finanziert!

MAXDATA hat im abgelaufenen Geschäftsjahr 6,6 Mio. Euro investiert.

Last but not least: MAXDATA hat im abgelaufenen Geschäftsjahr 6,6 Mio. Euro investiert. Der Investitionsschwerpunkt lag wie bereits im Jahr 2003 auf Ersatzbeschaffungen für Fertigung und IT-Infrastrukturen.

Die durchschnittliche Mitarbeiterzahl lag im Jahr 2004 bei 1.234 (Vorjahr: 1.225). Der Anteil der Mitarbeiter im Ausland erhöhte sich um rund 9 Prozent auf 214.

Meine Damen und Herren, so weit mein Bericht zum Geschäftsjahr 2004. Mindestens ebenso wichtig wie die lückenlose Information über das zurückliegende Geschäftsjahr ist natürlich die Beschreibung unserer kurz- und mittelfristigen Ziele. Lassen Sie mich also in den nächsten Minuten unsere Pläne und Strategien für das aktuelle Geschäftsjahr erläutern. Dabei gibt es zwei grundsätzliche Zielrichtungen:

Die Vertriebsinitiative zur Steigerung unserer Absätze unter dem Titel „Winning together“. Sie richtet sich nach außen, also zum Markt, zum Kunden, zum Käufer unserer Produkte.

Die Produktivitätsinitiative zur Optimierung unserer Abläufe und Strukturen unter dem Titel „Bestform“. Sie richtet sich nach innen, in das Unternehmen, an die Mitarbeiter und Führungskräfte, in die Organisation.

Ich beginne zunächst mit den wichtigsten Zielsetzungen unserer Vertriebsinitiative „Winning together“.

Wir werden auch im Jahr 2005 unsere Produktoffensive fortsetzen. Belinea ist unser Flaggschiff und

konnte im Jahr 2004 ein Plus von 16 Prozent verzeichnen. Wir werden im laufenden Geschäftsjahr die Preis-/Leistungsführerschaft im B2B-Bereich fortsetzen und unser Sortiment durch attraktive Designprodukte ergänzen.

Im Desktop-Bereich – 2004 mit einem Plus von 8 Prozent – werden wir das kundenindividuelle Projektgeschäft deutlich ausweiten und mit einem erweiterten Systemmanagement eine noch bessere Unterstützung für Geschäftskunden anbieten können.

Bei Notebooks, 2004 mit einem Plus von 13 Prozent, komplettieren wir unser Produktportfolio und werden das Angebot durch Zusatzfunktionen im Bereich „Mobile Solutions“ ergänzen.

Der Bereich Server steht für umfassende Server- und Storagelösungen für den Mittelstand: hier wollen wir uns die Preis-/Leistungsführerschaft im B2B-Bereich erkämpfen – 2004 hatten wir immerhin ein Plus von 22 Prozent.

Last but not least das Thema Service: Wir führen die Produktfamilie „MAX-CARE“ ein, um Serviceleistungen einfach zu machen und unseren Kunden europaweit einen einheitlichen Service zur Abdeckung ihrer Anforderungen anzubieten.

Diese hier geschilderten Aktivitäten sind bereits angelaufen. Ich bin sicher, dass wir hier sehr schnell zu konkreten Ergebnissen und Verbesserungen kommen werden.

Unser Ziel ist es, das Projektgeschäft auf 30 Prozent des Gesamtumsatzes auszubauen.

Mein nächstes Stichwort heißt Projekte. Unser Ziel ist es, das Projektgeschäft auf 30 Prozent des Gesamtumsatzes auszubauen. Dies wollen und werden wir erreichen durch den Aufbau einer „Key-Account-Struktur“, das heißt die Betreuung strategischer Kunden durch den MAXDATA Vertrieb in jedem Land und den Ausbau

und die Verbesserung der Betreuung der Corporate Reseller durch zusätzliche Vertriebsmitarbeiter. Um die Projekte effizient und qualitativ hochwertig bearbeiten zu können, investieren wir in eine europaweite Projektdatenbank und den Ausbau der zentralen Strukturen im Unternehmen zur Unterstützung der Landesorganisationen.

Meine Damen und Herren, Projektgeschäft, das bedeutet hohe Stückzahlen, große Umsatzvolumen aber begrenzte Rendite. Wir benötigen dennoch dieses Geschäft, um unsere ehrgeizigen Wachstumsziele zu realisieren und unsere Fixkosten pro Stück weiter senken zu können. Einen herausragenden Erfolg konnten wir durch den Gewinn der Ausschreibung der Bundesagentur für Arbeit erzielen. 90.000 MAXDATA Desktops und 25.000 Belinea Monitore sollen noch 2005 ausgeliefert werden um die Effizienz der Agentur weiter zu steigern.

Servicefälle werden künftig schneller und prozessoptimierter abgewickelt.

Stichwort Partnervertrieb: Wir wollen und müssen in diesem Bereich mehr tun. Dies geschieht durch den Ausbau der Partneranzahl in allen Ländern Europas. Neu ist die Idee von so genannten „Point-Partnern“, das sind zertifizierte Fachhändler, bei denen Kunden unsere Produkte anfassen und kaufen können. Ebenfalls ausgebaut werden sollen die so genannten „Solution-Provider“, qualifizierte Partner also, die für komplexe Server- und Storagelösungen stehen. Last but not least werden wir so genannte „Service-Center“ aufbauen, in denen speziell ausgebildete Partner die Servicequalität für MAXDATA Produkte sicherstellen. Diese Initiativen sind in allen MAXDATA Landesgesellschaften angekündigt und werden bereits umgesetzt.

Stichwort Prozesse. Wir haben vier Themen im Fokus für das Jahr 2005,

die die Prozesse weiter verbessern und vor allem beschleunigen sollen.

Das ist erstens Prozessintegration:

Heute sind die durchgängigen Geschäftsprozesse von MAXDATA führend im IT-Markt. SAP als Backbone liefert hier die Grundlage für effiziente BTO-Prozesse.

Zweitens Servicequalität:

Wir führen „MAX-CARE“ ein – ich erwähnte es bereits – als modulares Serviceangebot von MAXDATA. Servicefälle werden künftig schneller und prozessoptimierter abgewickelt. Damit bieten wir unseren Kunden einen einheitlichen Service "europaweit" und verbessern deutlich unsere Marktposition.

Drittens Fertigungsproduktivität:

Wir werden die Tageskapazität in unserem Werk Würselen durch eine so genannte „Pick-by-Light-Area“ um bis zu 50 Prozent erhöhen. Durch Optimierung der Logistik werden Liefertermintreue und Kosten deutlich verbessert. Das schafft Vertrauen und erhöht die Kundenbindung. Ich werde auf dieses Projekt im Rahmen der internen Maßnahmen noch einmal eingehen.

Viertens Internetprozesse:

Wir werden innerhalb von sechs Monaten einen kompletten Internet-Relaunch für Europa abschließen. Bereits im Januar wurde die neue Internetseite für Deutschland freigeschaltet, die anderen Landesgesellschaften folgen sukzessive. Unser Ziel: die Anzahl der Internetbestellungen soll von heute 25 Prozent auf dann 35 Prozent gesteigert werden.

Unser Ziel: die Anzahl der Internetbestellungen soll von heute 25 Prozent auf dann 35 Prozent gesteigert werden.

Meine Damen und Herren, soweit meine Ausführung zu der Vertriebsinitiative „Winning together“. Diese Maßnahmen sind – ich sagte es bereits – nach außen gerichtet. Sie dienen dem Kunden, dem Service, der

Verbesserung unserer Stellung im Markt.

Ich komme jetzt zu den Maßnahmen, die nach innen gerichtet sind und unser Unternehmen noch schneller, noch flexibler und noch produktiver machen sollen. Wir nennen deshalb diese Initiative „Bestform“. Auch hier gibt es vier Schwerpunkte:

1. Business-Units:

Wir führen so genannte Business-Units, also Geschäftseinheiten, ein. Wir werden die zentralen Kernkompetenzen von Produktmanagement, Einkauf, technischer Evaluierung und Teilen des Controllings in Business-Units für Displays, Notebook, Desktop und Server zusammenführen.

Damit tragen wir den dynamischen Anforderungen der Märkte Rechnung und streben eine Verbesserung der Effizienz der Gesamtorganisation an. Unsere Ziele sind dabei eine schnellere Produktentwicklung, die Konzentration der Wissensbasis über Beschaffungs- und Absatzmärkte in einem Verantwortungsbereich, Schnittstellen-Optimierung durch Integration von Arbeitsabläufen und direkte Abstimmungsprozesse.

2. Logistik

Steigende Volumen haben steigende Frachtkosten zur Folge. Zusätzlich werden durch Mautregelungen in allen Ländern Europas die Frachtkosten verteuert. In Deutschland durch Tollcollect bestens bekannt. Aus diesem Grund wurden konkrete Maßnahmen eingeleitet, die es uns erlauben noch schneller und flexibler, aber auch noch kostengünstiger zu werden.

Wir glauben nicht nur an MAXDATA, sondern auch an den Standort Deutschland.

3. Fertigung

Pick-by-Light: Wir investieren 2,5 Mio. Euro in eine neue Kommissionierungsanlage in den Standort Würselen, um die Flexibilität der Fertigung weiter auszubauen. Ich erwähnte es

bereits – wir glauben nicht nur an MAXDATA, sondern auch an den Standort Deutschland.

Wir haben qualifizierte und motivierte Mitarbeiter, die diesen Weg mitgehen – und dies durch den Abschluss der neuen Arbeitszeitregelungen auch deutlich unter Beweis gestellt haben. Mit diesen Maßnahmen werden wir unsere Produktionskapazität pro Tag im Werk deutlich ausweiten, unsere Flexibilität steigern und damit noch attraktivere Angebote für unsere Kunden machen können.

4. Service:

Wir verbessern die Servicequalität. Es reicht heute nicht mehr, nur ein gutes Produkt zu liefern, man muss dem Kunden auch die Dienstleistung zur Verfügung stellen – also zum Beispiel eine schnelle Reparatur, ein sofortiger Austausch oder eine Problemlösung.

Meine Vorstandskollegen und ich sind überzeugt, dass wir über ein hervorragendes Team von Mitarbeitern verfügen.

Mit der Inbetriebnahme unseres SAP-Servicemoduls zum Januar 2005 haben wir die Grundlage für diese Verbesserungen gelegt und werden diese durch Serviceprodukte unter der Bezeichnung MAX-CARE ab dem dritten Quartal 2005 aktiv vermarkten.

Meine Damen und Herren, bei all diesen Projekten spielen unsere Mitarbeiter nicht nur eine große Rolle, sondern eine Hauptrolle. Meine Vorstandskollegen und ich sind überzeugt, dass wir über ein hervorragendes Team von Mitarbeitern verfügen. Nur wenn alle an diesen ehrgeizigen Unternehmenszielen engagiert mitarbeiten, werden wir unsere Ziele erreichen. Deshalb gilt unsere ganze Aufmerksamkeit der Motivation und Qualifikation dieser Mitarbeiter.

Ich bin überzeugt, dass es hier noch Reserven gibt, die wir zum Nut-

zen unseres Unternehmens freilegen werden.

Was richtige Mitarbeiterführung bewirken kann, sieht man gerade bei unserer Fußball-Nationalmannschaft und Jürgen Klinsmann. Begeisterung kann Berge versetzen und deshalb bin ich überzeugt, dass wir hier noch eine Menge positiv verändern können.

Meine Damen und Herren, soweit mein Überblick über das Geschäftsjahr 2004 und die geplanten Maßnahmen 2005. Lassen Sie mich zum Abschluss einen Ausblick formulieren auf das Geschäftsjahr 2005.

Die führenden Wirtschaftsforschungsinstitute haben in ihrem Herbstgutachten für die Weltwirtschaft 2005 ein Wachstum von nur noch 3,2 Prozent prognostiziert. Zur Drosselung des globalen Wachstumstempos dürfte die abgeschwächte Konjunktur in den USA und in China ebenso beitragen wie der anhaltend hohe Ölpreis.

Für den Euro-Raum wird ein Wachstum um 2,0 Prozent erwartet. In Deutschland wurden gerade vor wenigen Tagen die Erwartungen erneut nach unten korrigiert. Von einem durchgreifenden Aufschwung der Binnenwirtschaft gehen die Experten auch im laufenden Jahr nicht aus, Treiber der mäßigen Konjunktur dürften abermals die Exporte sein.

Relativ positiv sehen Marktforschungsinstitute die Entwicklung der weltweiten IT-Ausgaben im Jahre 2005. Sie rechnen hier mit einem Wachstum von 5,0 Prozent.

Auch das laufende Jahr wird schwierig werden.

Für den westeuropäischen Markt für Informationstechnik und Telekommunikation wird ein Wachstum von 4,0 Prozent prognostiziert. Von dieser insgesamt positiven Marktentwicklung wird der für MAXDATA bedeutsame Bereich Computer-Hardware in Deutschland nicht im gleichen Maße profitieren. Nach einem leichten Wachstum von 0,9 Prozent

im Jahre 2004 soll das Marktvolumen um 1,9 Prozent steigen.

Nach unseren Erfahrungen im ersten Quartal gibt es keinen Grund für wirkliche Euphorie – auch das laufende Jahr wird schwierig werden. Wir sehen Potenzial im Marktsegment Großkunden und im weiteren konsequenten Ausbau der Marktposition in Europa.

Das erste Quartal 2005 entspricht unseren Erwartungen. Der Preisverfall traf jedoch stärker ein als erwartet. Gleichzeitig konnten wir unsere Absatzzahlen erneut deutlich steigern und bestätigen unsere Prognose für das Gesamtjahr 2005.

Hinsichtlich der Erreichung unserer Absatzziele konnten wir uns positiv im Markt behaupten. So haben wir nach der neuesten GfK-Marktstudie

im B2B-Markt unseren Marktanteil bei Monitoren in Europa von 7 Prozent im Juni 2004 auf 11 Prozent im Januar 2005 steigern können. Damit sind wir in Europa die Nummer 3, knapp hinter HP mit 13 Prozent und LG mit 12 Prozent Marktanteil.

Bei den anderen Produktgruppen zeigt sich ein ähnliches Bild:

Hinsichtlich der Erreichung unserer Absatzziele konnten wir uns positiv im Markt behaupten.

Während sich der B2B-Markt deutlich verhalten entwickelte, konnte sich MAXDATA im 1. Quartal sehr deutlich vom Markttrend absetzen

und kann positive Wachstumszahlen vorweisen. Desktop +14 Prozent, Notebook +17 Prozent und Server + 49 Prozent.

Somit konnte MAXDATA in dem hart umkämpften PC-Markt Marktanteile da zugewinnen und sich von den Mitbewerbern differenzieren. Wir sind mit unserem Geschäftsmodell wettbewerbsfähig und werden unsere Strategie konsequent verfolgen.

Insgesamt gehen wir von einem Umsatzniveau von rund 700 Mio. Euro und einem EBIT von 5 Mio. Euro für das Geschäftsjahr 2005 aus.

Meine Damen und Herren, so weit meine Ausführungen. Ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit und stehe Ihnen nun zusammen mit meinen Kollegen gerne für Fragen zur Verfügung. Vielen Dank.

