



schlott gruppe

AKTIENGESELLSCHAFT



Bernd Rose

Vorsitzender des Vorstands
der schlott gruppe AG
in der Hauptversammlung am 22. März 2005

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

auch ich darf Sie im Namen des Vorstands der schlott gruppe AG zu unserer heutigen achten ordentlichen Hauptversammlung hier in Freudenstadt begrüßen. Ich freue mich sehr, dass Sie ganz außergewöhnlich zahlreich unserer Einladung gefolgt sind und damit auch Ihr Interesse an unserem Unternehmen bekunden.

Ich darf Ihnen heute über ein Geschäftsjahr berichten, in dem wir zielgerichtet und planmäßig vorgegangen sind, in dem wir, wie wir meinen, auch erfolgreich waren.

Im Tiefdruck Produktivität weiter verbessert

Lassen Sie mich gleich bei unserem wichtigsten Aktivitätsbereich, dem Tiefdruck, beginnen: Wir haben das erste volle Geschäftsjahr ohne Sondereinflüsse hinter uns. Das heißt, es hat nicht gebrannt und es musste brandbedingt nicht umgezogen, neu aufgebaut oder in Be-

trieb genommen werden. Sondern der neue Tiefdruckstandort in Nürnberg ist fertig gestellt. Die Organisation und die Prozesse im Tiefdruck stehen. Zentraler Vertrieb und zentrale Kapazitätsplanung funktionieren wunschgemäß. Und so konnten wir im Berichtsjahr mit einer sehr hohen Produktivität einen EBT-Zuwachs erzielen.

Rollenoffset auf gutem Weg

Im Rollenoffset sind wir auf einem guten Weg. Wir haben eine deutliche Verbesserung der Wirtschaftlichkeit erreicht, haben technische und organisatorische Maßnahmen umgesetzt, sind aber mit der Wirtschaftlichkeit heute noch nicht auf unserem angestrebten Zielniveau angekommen. Deswegen sind weitere Maßnahmen zur Produktivitätssteigerung, einschließlich notwendiger Investitionen, in Umsetzung, und wir werden auch hier weiter über Kostenreduzierungen reden müssen.

Weiterverarbeitung entwickelt sich zufrieden stellend

In der Weiterverarbeitung haben wir ein zufrieden stellendes Niveau erreicht. Organisation und Prozesse in den einzelnen Unternehmen funktionieren reibungslos. Im Berichtsjahr haben wir für alle unsere Weiterverarbeitungs-Standorte Stelle (nahe Hamburg), Hambach in der Nähe von Saargmünd, Nürnberg und Schwandorf eine zentrale Kapazitätsplanung eingerichtet und damit deutliche Verbesserungen von Auslastung und Produktivität erreichen können. Insgesamt erzielen wir hier ein zufrieden stellendes Ergebnis.

direct marketing: Angemessene Profitabilität im Fokus

Leider dazu im Gegensatz steht unser Bereich direct marketing. Dort

mussten wir die letzten zwei Jahre eine unbefriedigende Geschäftsentwicklung verzeichnen. Wir haben im Laufe des letzten Geschäftsjahres eine klare Entscheidung getroffen und das Unternehmen auf die beiden Bereiche Finishing und Lettershop fokussiert. Dazu gehört die Neuaufstellung des Vertriebs, eine entsprechende Prozessbeschreibung und Prozessoptimierung sowie ein neues Fabriklayout. Insbesondere der Standort Schwandorf von meiller direct ist durch das stürmische Wachstum in den Jahren 1985 bis 1995, so darf man wohl sagen, aus den Fugen geraten.

Wir haben durch die Fokussierung einige Randbereiche einsparen können, haben Flächen frei gemacht und können nun ein optimiertes Fabriklayout umsetzen. Das heißt: Logistikprozesse verbessern, Wege verkürzen und damit auch Fehler reduzieren. Ziel ist es, schlank, fokussiert und effizient in die Zukunft zu gehen. Die Umsetzung läuft derzeit noch auf vollen Touren, sodass das jetzt laufende Geschäftsjahr noch von den Einmalaufwendungen betroffen ist. Die volle positive Ergebnisauswirkung all dieser Maßnahmen werden wir im nächsten Geschäftsjahr 05/06 sehen.

Geschäftsbereich digital services reintegriert

In unserem Geschäftsbereich digital services haben wir in den vergangenen Jahren einige durchaus sehr interessante Einzelprojekte erfolgreich umgesetzt. Die Gesamtentwicklung blieb aber deutlich hinter unseren Erwartungen und Planungen zurück. Daher haben wir entschieden, die sinnvollen Aktivitäten dieses Geschäftsbereiches in die beiden anderen Geschäftsbereiche print und direct marketing zu integrieren. Diese Maßnahmen stehen kurz vor dem Abschluss.

Leistungsbereiche der schlott gruppe

Insofern baut die schlott gruppe für die Zukunft auf die beiden Säulen print und direct marketing. Was sind

die Aktivitäten, die wir am Markt unter schlott print vermarkten? print umfasst den Bereich Vorstufe mit der Mediendatenverarbeitung, den Bereich Druck mit den Aktivitäten Tiefdruck, Rollenoffsetdruck und Bogennoffsetdruck sowie den Bereich Weiterverarbeitung mit Klebebinden, Sammelheften und Einzeleinschweißern.

Im Bereich Mailing und Dokumente beschäftigen wir uns mit Laser- und Inkjet-Beschriftung – insbesondere Adressierung und Personalisierung, mit Digitaldruck für Werbemittel mit niedrigen Auflagen, mit Finishing, Lettershop und Kuvert-Fertigung. Schließlich steht der Bereich Dialogservice für die Aktivitäten Daten-Management, Response-Management, Fulfillment und Service-Center. Die beiden Bereiche „Mailing & Dokumente“ sowie „Dialogservice“ sind unter der Marke meiller direct bestens im Markt verankert.

Prognosen sicher erreicht

Fassen wir das Geschäftsjahr 2003/04 zusammen: Wir haben unsere Prognose sicher erreicht. Wir konnten den Wertschöpfungsumsatz um 1,6% auf 340,9 Mio. € steigern. Das EBT stieg um 59% auf 20,5 Mio. €. Dabei haben wir den Zusatzeffekt, der sich aus der Veränderung der Firmenwertabschreibung ergeben hat, hier unberücksichtigt gelassen – schließlich wollen wir keinen Etikettenschwindel betreiben. Der Goodwill-Effekt kommt mit weiteren 5,1 Mio. € noch dazu. Den Jahresüberschuss konnten wir von 4,7 auf 10,5 Mio. € steigern. Zuzüglich auch hier der Effekt aus dem Wegfall der planmäßigen Firmenwertabschreibung in Höhe von 5,1 Mio. €.

Politik der Dividendenstetigkeit

Bei unserer ersten Hauptversammlung, die nicht hier in Freudenstadt, sondern damals in Stuttgart stattfand

– weil wir nicht sicher waren, ob Sie so zahlreich unserer Einladung nach Freudenstadt folgen würden – haben wir Ihnen gesagt: Unser Ziel ist es, ein dividendenorientiertes Papier zu sein. Und wir haben stets daran festgehalten. Im ersten Geschäftsjahr, das nur ein halbes Jahr umfasste, gab es eine zeitanteilige Dividende von 36 Cent. Wir konnten 1998 und in den Folgejahren 72 Cent auszahlen, 2001 haben wir eine Erhöhung auf 80 Cent beschlossen, und wir haben Ihnen heute in der Tagesordnung den Vorschlag unterbreitet, eine Erhöhung der Dividende auf 90 Cent zu beschließen. Insofern, so darf ich heute hier feststellen, sind wir unserem Vorhaben treu geblieben.

Perspektiven im Markt

Wie sieht es für die Zukunft aus? Betrachten wir zuerst unsere Märkte und hier zunächst Deutschland: Zeitschriften und das Verlagswesen haben wohl die Talsohle erreicht; man könnte es etwas positiver formulieren und sagen, dass sie die Talsohle durchschritten haben und einen leicht positiven Trend verzeichnen. Das heißt, das Anzeigenvolumen nimmt etwas zu, im Bereich von 1 bis 3%, was sich bei uns mit entsprechender Seitenzahlerhöhung der Objekte auswirkt. Und zwar nicht nur bei uns, sondern in der Branche insgesamt. Die Werbeausgaben von Handel und Industrie entwickeln sich ebenfalls, zwar nur leicht, aber immerhin positiv.

Der Universalversand hingegen hat große Probleme. Sie lesen wohl jeden Tag oder jede Woche dementsprechende Berichte, insbesondere im Moment über Karstadt/Quelle, aber auch die Häuser Otto, Bauer, Schwab, Neckermann sind betroffen. Hier findet ein Veränderungsprozess statt. Die Konzepte der letzten Jahrzehnte funktionieren heute so nicht mehr. Dies birgt Risiken. Aber – und das ist, glaube ich, ganz wichtig, wenn man damit richtig umgeht – durchaus auch Chancen.

Der Spezialversand, der sich in den letzten 10 bis 15 Jahren zum Teil sehr stürmisch entwickelt hat – und zwar als zusätzliches Geschäft – wächst nach wie vor leicht positiv.

In Europa, wenn wir in Richtung West-Europa als Gesamtmarkt blicken, können wir feststellen, dass die Entwicklung insgesamt besser verläuft als in Deutschland. Ost-Europa bietet aber nach wie vor keine nennenswerten Marktpotenziale für uns. Alles in allem ist auch festzustellen, dass angesichts dieser insgesamt nicht sehr erfreulichen Verfassung der Markgendruck, den wir bereits seit vielen Jahren zu beklagen haben, auch weiter anhält und wohl auch anhalten wird.

Marktkonsolidierung in Europa

Schauen wir uns die Konkurrenzsituation an. Wie Sie wissen, hat Bertelsmann mit seinem Tochterunternehmen Arvato die Fusion zwischen Arvato und den Tiefdruckaktivitäten von Gruner sowie den Tiefdruckaktivitäten von Springer beantragt. Der Antrag liegt beim europäischen Kartellamt in Brüssel vor. Wir erwarten – nachdem im Dezember entschieden wurde, in die förmliche Prüfung einzusteigen – bis Anfang Mai die Entscheidung der europäischen Fusionskontrollbehörde. Wir gehen davon aus, dass diese Fusion wohl genehmigt werden wird. Wenn auch mit der einen oder anderen Auflage.

Damit entsteht in Europa ein Tiefdruckunternehmen mit einem Marktanteil auf europäischer Ebene von 25% und auf Deutschland bezogen mit fast 45%. schlott bleibt auf Platz Nr. 3. Aber vorne verändert sich deutlich etwas.

Für Marktveränderungen richtig aufgestellt

Und somit muss von Ihrer Seite eigentlich die Frage kommen: Sind wir denn richtig aufgestellt? Ich meine ja.

Die Kundenanforderung ist ganz klar formuliert. Sie haben es auch heute Vormittag in der Tagespresse gelesen, ob das nun der Otto-Konzern oder der Quelle-Konzern ist: Die Kunden setzen auf gezieltere Werbemittel mit höherer Frequenz. So hat zum Beispiel Otto bereits entschieden, Neckermann übrigens auch, vom gewohnten Hauptkatalog-Rhythmus – zwei Hauptkataloge, den einen Anfang Januar und den anderen Anfang Juli – abzuweichen und hat auf ein dreigliedriges System umgestellt. Das heißt, wir werden dieses Jahr von Neckermann und Otto Anfang April einen Hauptkatalog auf dem Tisch haben, im August einen zweiten und im Januar einen dritten.

Das zeigt, wie sich auch die Anforderung an uns verändert. Die Stückzahl der Kataloge wird steigen – wovon wir in der Weiterverarbeitung profitieren können – allerdings das Druckvolumen in der Summe wohl nicht. Aber die extrem hohe Kapazitätsauslastung in den Zeiten, in denen die bisher zwei Kataloge hergestellt wurden, wird etwas geringer werden und damit auch den Druck auf die Produktivität und den Rundumeinsatz aller Beschäftigten in unserer Branche in diesen Monaten reduzieren.

schlott hat schon von jeher immer auf Mittelmaß in den Maschinenbreiten gesetzt, aber auf Maximalmaß in Service, Flexibilität und Qualität. Insofern sind wir gerade für diese neuen Anforderungen – kleinere, gezieltere, aber höher-frequente Werbemittel – sehr gut aufgestellt und können die Chancen, die sich bieten, nutzen.

Starke Wertorientierung als Erfolgsrezept

Wenn wir zurückblicken: Was sind die Erfolgsfaktoren unseres Unternehmens in der Vergangenheit gewesen? Straffe Führung und Organisation. Bedingungslose interne Optimierung. Gemeinsam mit allen Mitarbeitern mit allen Stellen im Unternehmen besprochen, geklärt, verabschiedet und dann kompromisslos umgesetzt. Ex-

ternes Wachstum. Das sind die drei – verkürzt und sehr stark verdichtet – die drei Erfolgsfaktoren unseres Unternehmens. Diese haben uns drei Integrationen, die sicherlich nicht ganz einfach waren, in kurzer, vielleicht sogar in Rekordzeit, erfolgreich umsetzen lassen. Und diesen Weg wollen und werden wir auch weitergehen.

Gute Geschäfts- entwicklung im ersten Quartal

Werfen wir einen Blick auf das aktuell laufende Geschäftsjahr. Das Jahr 2004/05. Es hat am 1. Oktober 2004 begonnen. Das 1. Quartal, Oktober bis Dezember 2004, ist traditionell immer ein sehr gut ausgelastetes Quartal. So war es auch dieses Mal. Wir konnten den Wertschöpfungsumsatz abermals um 1,9%, das EBT sogar um 27% auf 9,4 Mio. € steigern. An dieser Stelle muss ich aber bremsend eines deutlich machen: Dies ist so nicht auf das Gesamtjahr hochrechenbar. Denn wir haben nach wie vor eingeschränkte Prognosesicherheit.

Ausblick mit weiterhin eingeschränkter Prognosesicherheit

Das Problem der Universalversender, das habe ich schon angesprochen, behalten wir sehr intensiv im Auge, halten dieses Thema auch in unserem Risiko-Management-System sehr präzise nach. Nach wie vor haben wir in Deutschland ein anhaltend schlechtes Konsumklima – und daran wird sich auch mit einer großen Koalition in Schleswig-Holstein oder einem Regierungswechsel in Nordrhein-Westfalen so schnell leider nichts ändern. Deswegen sind unsere Kunden nach wie vor, oder vielmehr noch mehr als früher, gezwungen, kurzfristige Entscheidungen zu treffen. Die Planungszeiträume, die wir noch vor fünf Jahren hatten, sind längst passé. Wir haben heute eine sehr

kurzfristige Kapazitäts-Inanspruchnahme oder durchaus auch Stornos, Wechsel und Ersatz von Aufträgen durch andere. Doch wir kommen damit zurecht. Allerdings haben wir zusätzliche Kostenbelastungen zu verkraften. Lassen Sie mich hier stellvertretend den Bereich Energie – insbesondere Strom – nennen, aber auch Kostenbelastungen durch die Maut, die wir in diesem angespannten Gesamtumfeld nicht in voller Höhe an unsere Kunden weitergeben können. Und letzten Endes müssen wir dieses Jahr – wie eigentlich typisch und üblich, insofern handelt es sich um nichts Besonderes – mit einer Tarifverhandlung und möglicherweise auch Tarifauseinandersetzung rechnen. Wir bleiben daher bei unseren wie gehabt konservativen Prognosen. Unser Ziel ist es, das Ergebnis des letzten Jahres mit einem EBT von 25,6 Mio. € zu erreichen.

Wenn Sie jetzt fragen: Ist es denn richtig, sich zum Ziel zu setzen, nur das Ergebnis des letzten Jahres zu erreichen, dann stellen Sie die Frage zu Recht. Sie können sicher sein: Alle, die hier auf dem Podium sitzen oder als Mitarbeiter im Saal, und alle, die bei uns in verantwortlicher Position tätig sind, haben das Ziel besser zu sein, „eins drauf“ zu setzen.

Die Aktie der schlott gruppe: Ein erfolgreicher Weg

Lassen Sie uns einen Blick auf die Aktie werfen. Sie als Aktionär haben ein besonderes Interesse an deren Entwicklung. Ich glaube, auch hier können wir von einem erfolgreichen Weg sprechen. Am 20. Dezember des letzten Jahres wurde die schlott-Aktie

in den SDAX aufgenommen. Bereits seit längerer Zeit erfüllen wir die Anforderung der deutschen Börse an die Positionierung bezüglich der Marktkapitalisierung. Das heißt, hier liegen wir seit längerer Zeit auf einem Platz um die 95. Bezüglich des Börsenumsatzes – das heißt des Umsatzes, der durch den Handel an der Börse mit der schlott-Aktie gemacht wird – haben wir im September 2004 die Grenze von 110, die beide Werte übersteigen müssen, damit man zu den Aufnahmekandidaten gehört, überschritten. Und folgerichtig hat die Börse bei der Neusortierung des SDAX schlott aufgenommen. Aktuell liegen wir auf Platz Nr. 94 bezüglich der Marktkapitalisierung und auf Platz Nr. 87 bezüglich des Börsenumsatzes. Da der Börsenumsatz rollierend für die letzten 12 Monate betrachtet wird und wir gerade in den letzten Monaten einen deutlich gestiegenen Umsatz insgesamt zu verzeichnen hatten, ist zu erwarten, dass wir bezüglich dieser Positionierung noch weitere Plätze gutmachen können.

Streubesitz erheblich gestärkt

Dieser stärkere Handel hängt auch damit zusammen, dass die Deutsche Beteiligungs AG, die unser Unternehmen seit 1992 begleitet, ihr gesamtes Engagement Anfang des Monats erfolgreich umplatziert hat. Wir haben diese Transaktion eng begleitet und sie konnte schnell und ohne Kurseinflussung abgewickelt werden. Damit hat sich der Streubesitz der schlott-Aktie auf über 55% erhöht. Ich möchte diesen Moment auch dazu nutzen, Ihnen, Herr Löffler, für Ihr Engagement und für Ihre Begleitung sehr herzlich zu danken. Wir hätten

den Weg ohne Sie und die DBAG so nicht gehen können. Und wenn ich in der Zeitung lese, dass auch Sie mit dem Ergebnis zufrieden waren, dann ist das die typische Win-Win-Situation. Herzlichen Dank.

Die Kursentwicklung, meine Damen und Herren, haben Sie sicher selbst verfolgt und insofern möchte ich mich hier nicht sehr lange aufhalten. Ich glaube, wir können heute von einer sehr angenehmen und komfortablen Situation sprechen.

Positive Perspektiven für die schlott gruppe

Lassen Sie mich zusammenfassen: Die gegenwärtigen Marktveränderungen fordern sicher einiges von uns, aber sie bieten uns auch Chancen, und die wollen und werden wir nutzen. Der Free Cashflow hat unsere Bilanz gestärkt und insofern ist es uns auch möglich, weiteres Wachstum anzupfeilen. Eine gute Geschäftsentwicklung, gute Produktivität, gute Zahlen einerseits verbunden mit einer hohen Transparenz, das heißt gute Investor-Relations-Arbeit, haben Ende des letzten Jahres zur SDAX-Aufnahme geführt und somit den Aktienumsatz und auch die Kurs-Chancen weiter belebt. In der Summe glaube ich an positive Perspektiven für die schlott gruppe.

So weit der Bericht des Vorstands zum abgelaufenen Geschäftsjahr. Wir stehen Ihnen nachher im Rahmen der Tagesordnung für Ihre Fragen, wie gewohnt, in aller Ausführlichkeit und Offenheit zur Verfügung. Herzlichen Dank.