
Der Name D.Logistics steht weltweit für Qualität, Zuverlässigkeit und Performance

Detlef W. Hübner

Vorsitzender des Vorstands
der D.Logistics AG
in der Hauptversammlung am 3. Juli 2007



Guten Tag meine Damen und Herren,

es freut mich, dass trotz des Streiks der Eisenbahner wir uns doch zahlreich hier versammeln konnten, um auf ein wirklich erfolgreiches Jahr 2006 zurückzublicken. Und, das schon gleich am Anfang gesagt, ich glaube 2007 wird vielleicht noch ein bisschen besser. Aber wollen wir uns erst einmal 2006 widmen, den Jahresabschluss vorstellen, einen kurzen Blick aufs erste Quartal und die Planung 2007 richten, einen strategischen Ausblick geben und, es ist ja schon fast Tradition, zum Schluss vielleicht ein paar private Worte von mir, einen persönlichen Blick darauf, wie sich Dinge entwickeln könnten. Aber zunächst einmal den Dank an die Mitarbeiter, an die Mitglieder des Aufsichtsrats und an meine Vorstandskollegen für das in 2006 Erreichte. Ich glaube, wir können alle miteinander ganz stolz auf das sein, was erreicht wurde.

Ein kurzer Blick auf die Zahlen: Wir haben im Umsatz bereinigt um

6,2% zulegen können, und wir haben ein höchst erfolgreiches Ergebnis vorgelegt. Die Konsumgüterverpackung hat ein Umsatzplus von 5,8% geschafft. In der Industriegüterverpackung haben wir 10,6% zugelegt und in der Lagerlogistik haben wir einen nominalen Rückgang von 14,3% zu verzeichnen. Wenn wir den Schumacher-Effekt herausrechnen, haben wir bereinigt auch in der Lagerlogistik einen Zuwachs von 5% erzielen können.

Wir haben 11,4 Mio. EURO netto verdient.

Das Ganze führte zu dem höchsten Nettoergebnis der Firmengeschichte. Wir haben 11,4 Mio. EURO netto verdient. Ich denke, wenn man diese Zahl in Relation setzt zu dem, was andere Unternehmen verdienen und die entsprechende Bewertung vornimmt, kann man schon an dieser Stelle erkennen, dass wir doch noch Entwicklungspotential im Unternehmen haben. Auch das Ergebnis vor

Abschreibungen, Zinsen und Steuern mit 26,4 Mio. EURO konnte um 18% gesteigert werden. Das operative Ergebnis legte sogar um 41,8% zu. Und, man traut es sich kaum zu sagen, das Finanzergebnis war so gut, dass das Konzernergebnis um 700% gestiegen ist. Hier muss ich allerdings Ihre Erwartung für dieses Jahr dämpfen. Die 700% werden wir nicht nochmal schaffen.

Die Ergebniskennzahlen im Einzelnen.

Zunächst zur Konsumgüterverpackung. Wir haben hier eine Marge von 2,7% erzielt. Das waren 0,1% weniger als im Vorjahr. Ich möchte an dieser Stelle auch schon sagen, die Zielmarge für die Konsumgüterverpackung soll langfristig um die 4% liegen. Wir haben einen positiven Trend in den USA. Wir haben ein klein wenig gelitten unter den Verpackungsmaterialien, die bei der Herstellung in den USA ein bisschen hinter der Erwartung zurückgeblieben sind. Der Geschäftsverlauf in Belgien war sehr befriedigend. In Italien haben wir eine planmä-

ßige Belastung von 1,4 Mio. EURO hinnehmen müssen.

Die Konsumgüterverpackung insgesamt, meine Damen und Herren, ist ein sehr stabil laufendes, durch langfristige Verträge abgesichertes und in den Margen, ich möchte nicht sagen limitiert, aber in den Margen ein nicht so ausbaubares Geschäft wie die Industriegüterverpackung, zu der wir

Die Konsumgüterverpackung ist insgesamt ein sehr stabil laufendes Geschäft.

gleich kommen. Die Konsumgüterverpackung hat den Vorteil, sehr, sehr stabil zu sein, hat aber den Nachteil, dass wir mit den Kunden so eng zusammenarbeiten, dass der Kunde uns mehr als 4% auf Dauer nicht genehmigen wird. Aber, wie gesagt, die Verträge, die hier zu Grunde liegen, laufen über 5, 8, 10 Jahre. Es ist ein wirklich stabiler Baustein der D.Logistics AG.

Die Industriegüterverpackung. Auch hier haben wir einen leichten Margenrückgang auf 5,1% hinnehmen müssen. Hier aber in aller erster Linie bedingt durch weiter erfolgte Restrukturierungen und die Ausrichtung auf die nun folgende Expansion ins Ausland. In der Industriegüterverpackung, meine Damen und Herren, erwarten wir sicherlich Margen, die in Zukunft um die 7% liegen sollen. Die Industriegüterverpackung ist eines der Geschäfte, von dem wir im Konzern glauben, dass es enormes Potential für die Zukunft haben wird.

Bei dem Blick auf die Lagerlogistik sehen wir, dass wir es durch den Schumacherverkauf geschafft haben, die Marge erheblich zu verbessern. Auch hier erwarten wir langfristig eine Zielmarge von über 7%. Die Lagerlogistik zeichnet sich im Wesentlichen dadurch aus, dass wir hier Dienstleistungen erbringen, die im Bereich Industriegüterverpackung und Konsumgüterverpackung als Ergän-

zung der eigentlichen Verpackungstätigkeit gesehen werden.

Werfen wir einen Blick auf unsere Passivseite. Die Nettoverschuldung konnte weiter gesenkt werden. Wir haben das Eigenkapital um 9,1% auf rund 85 Mio. EURO erhöhen können. Wir haben eine Eigenkapitalquote per Jahresende von über 40% erreicht. Ich denke, dies sind Kennzahlen, die die Solidität und die Ertragskraft des Unternehmens sehr, sehr gut darstellen. Auch hier ein kleiner Hinweis wieder. Wenn Sie heute sehen, wir haben 85 Mio. EURO Eigenkapital, wir haben eine Börsenbewertung von ungefähr, nach heutigem Kurs, 100/110 Mio. EURO. Auch hier zeigt sich an diesen Zahlen, meiner Meinung nach, ganz deutlich, dass noch erhebliches Potential nach oben im Kurs gegeben ist.

Wenn wir auf die Entwicklung im ersten Quartal 2007 schauen, müssen wir feststellen, oder dürfen wir feststellen, wir sind gut gestartet. Der Umsatz stieg bereinigt. Wir haben die Probleme mit der Dollarschwäche,

Wir haben das Eigenkapital um 9,1% auf rund 85 Mio. EURO erhöhen können.

und wir haben die Schumacher GmbH jetzt nicht mehr im Gesamtumsatz enthalten. Bereinigt ist es uns gelungen, knappe 4% Umsatzzuwachs zu erzielen. Aber viel wichtiger als der Umsatzzuwachs, aus unserer Sicht, ist der Zuwachs im Ergebnis. Das operative Ergebnis konnte um ca. 36% gesteigert werden auf 2,2 Mio. EURO. Wir haben einen positiven Abschluss für das erste Quartal erreichen können, wir haben die Finanzverschuldung auf nunmehr 35,1 Mio. EURO weiter senken können. Auch die Eigenkapitalquote ist gestiegen, sehr wichtig für den Erwerb der 45% der Industriegüterverpackung, wie Sie wissen. Das hat es uns erheblich erleichtert, diese Maßnahme durchzuführen und unsere

Pläne bzgl. der Industriegüterverpackung auch weiter voranzutreiben.

Zum 2. Quartal, das noch nicht abgeschlossen ist, darf ich Ihnen sagen, soweit wir das heute beurteilen können, wir können zufrieden sein. In der Planung 2007 haben wir veröffentlicht einen Planumsatz zwischen 319 Mio. und 331 Mio. EURO bei einem Konzern-EBITA von 11,4-12,5 Mio. EURO.

Das operative Ergebnis konnte um ca. 36% gesteigert werden auf 2,2 Mio. EURO.

Wichtig ist hier zu sehen, dass wir diese 12,5 Mio. EURO, wenn wir sie mit dem Ergebnis vergleichen, dass wir 2006 erreicht haben, dass wir diese 12,5 Mio. EURO ohne Sondereffekte erreichen werden. Damit möchte ich aber nicht gesagt haben, dass wir in 2007 keine Sondereffekte zu erwarten haben.

Wir sind im Moment sehr intensiv dabei zu überprüfen, in wie weit sich die erheblichen stillen Reserven, die sich im Vermögen der D.Logistics befinden, realisieren lassen oder in wie weit wir sie realisieren wollen. Ich möchte hier nicht versprechen, dass es zu Desinvestitionen kommt. Aber es ist möglich. Und wenn wir desinvestieren werden, so kann dies zu doch bedeutenden Buchgewinnen führen. Aber, wie gesagt, es ist noch nicht endgültig beschlossen. Der Vorstand berät noch mit dem Aufsichtsrat, wie wir die weitere Gestaltung des Konzerns vornehmen werden. Dabei ist das Wichtigste der Ausbau der Industriegüterverpackung. Und zwar muss man zur Industriegüterverpackung sagen, dass die Industriegüterverpackung heute, so wie sie aufgestellt ist, ein nur in Deutschland tätiger Konzernteil ist, der in Deutschland in diesem speziellen Segment die Marktführerschaft inne hat, der sehr profitabel ist, der die letzten Jahre durchschnittlich mit rund 10% pro Jahr gewachsen ist und der förmlich danach schreit, nun, da wir die Minoritätsanteile der Deufol Tailleur er-

worben haben, auch nach Europa und Übersee ausgeweitet zu werden, das steht bei uns auf der Tagesordnung ganz oben.

Ich möchte Ihnen kurz darlegen wie sich nach heutigem Kenntnisstand der Erwerb der Minderheitsanteile auswirkt. Wir haben für die 45 % einen Kaufpreis von 23 Mio. EURO mit einem ergebnisabhängigen Anteil bis 2010 zu bezahlen. Wir denken, ich glaube auf Frankfurterisch sagt man: „Das war `n Schnäppsche.“ Es ist uns gelungen, den Herrn Wagner, dem wir an dieser Stelle für großen Dank verpflichtet sind, zu überzeugen, dass die Industriegüterverpackung, wenn sie endgültig in einer Hand ist, mit Hilfe von Herrn Wagner in Zukunft, auch in Europa zu der Geltung zu bringen, die sie in Deutschland schon hat. Und an dieser Stelle: Wir schielen auch nach Nordamerika. Wir sind bereits mit der Konsumgüterverpackung in Nordamerika vertreten, gut vertreten. Und warum soll uns das mit der Industriegüterverpackung nicht gelingen?

Wir schielen auch nach Nordamerika.

Wir werden uns auch weiter der Konsumgüterverpackung widmen. Wir werden auch hier die Kundenbeziehungen stärken. Wir werden die in den USA erfolgreichen „Total Packaging Solution“ nach Europa importieren. Wir werden unser Leistungsspektrum erweitern, und wir werden uns noch vermehrt vom Logistikdienstleister zum Industriedienstleister wandeln. An dieser Stelle vielleicht ein wichtiger Hinweis: Der Name D.Logistics ist im Wesentlichen in der Welt mit der Konsumgüterverpackung verbunden. D.Logistics wird mit Konsumgüterverpackung assoziiert. Im Bereich Industriegüterverpackung ist der Name Deufol Tailleur derjenige, der das Markenzeichen prägt.

Wir haben neben dem Ausbau der Konsumgüter- und Industriegüterverpackung unser Augenmerk weiter,

wie auch schon im letzten Jahr vorgestellt, auf unsere sehr erfolgreichen Business-Development-Groups gelegt. Diese wurden unter der Führung von Andreas Bargende installiert und dienen zum Ausbau und zur Stärkung der bestehenden Kundenbeziehungen, darauf den One-Voice-Auftritt gegenüber den Kunden in den einzelnen

Der Name D.Logistics ist im Wesentlichen in der Welt mit der Konsumgüterverpackung verbunden.

Regionen zu stärken und uns sowohl über die Operational Excellence als auch durch die Verbesserung der operativen Effizienz unserer Einheiten weiter zu stärken. Dies alles soll zu stetigem organischem Wachstum kombiniert mit Akquisitionen in Deutschland führen. Und dieser Blick richtet sich auch nach Osteuropa. Wir wollen, wenn wir die D.Logistics betrachten, so wie sie heute ist, eine Steigerung der operativen Marge auf über 4% erreichen. Wir wollen das Finanz- und Steuerergebnis weiter optimieren und die Eigenkapitalquote nachhaltig über 30% halten. Das ist das, was die D.Logistics, so wie sie heute aufgestellt ist, leisten kann und was wir erreichen wollen und können. Wir haben heute ein auf drei Säulen zuverlässig funktionierendes, profitables, stabiles Unternehmen. Und wir können oder wir könnten, und hier kommt die Überleitung zu den, nennen wir es privaten Worten: Wir können oder könnten zufrieden sein mit dem, was wir erreicht haben. Aber mit dem Erreichten zufrieden zu sein, ist, so ist jedenfalls die Meinung im Vorstand, nicht genug.

Wenn man die D.Logistics einer etwas anderen Betrachtung unterzieht, könnte man zu dem Schluss kommen, dass die D.Logistics, so wie sie geplant war und so wie sie heute aufgestellt ist, als eine Beteiligungsholding drei wesentliche Geschäftsbereiche führt: Industriegüterverpackung, Konsumgüterverpackung und Lagerlogistik. So wie wir heute kapitalisiert

sind, sind wir, das ist meine private Meinung, ich werde nicht müde, diese zu vertreten, Sie sehen das auch an den Aktienkäufen, die ich immer wieder vornehme, dramatisch unterbewertet. Wenn wir wachsen wollen und wenn wir die Industriegüterverpackung nach vorne bringen wollen; wenn wir, was wir in Deutschland sind, auch im Ausland erreichen wollen, es gibt kein Unternehmen weltweit, das auch nur annähernd die Größe in der Industriegüterverpackung hat, uns challengen zu können. Wenn wir diesen Vorteil behalten wollen, weiter ausbauen wollen, und es gibt keinen Grund, warum wir das nicht tun sollten, bei den Margen, die erzielbar sind und bei dem Geschäftsmodell, das wir haben. Wenn wir das tun wollen, dann brauchen wir Geld dafür. Sie stimmen mir sicherlich zu, dass eine Kapitalerhöhung bei der heutigen Notierung, bei der heutigen Unterbewertung der Holding, eine Beraubung der Aktionäre wäre. Wir würden als Aktionäre Vorteile aus der Hand geben, die wir mühsam errungen haben und würden das mit anderen teilen müssen oder teilen sollen, um die Industriegüterverpackung nach vorne zu bewegen.

So wie wir heute kapitalisiert sind, sind wir dramatisch unterbewertet.

Wir sind auch in der Konsumgüterverpackung eine der großen weltweit. Es gibt vielleicht zwei oder drei Unternehmen, die in der Konsumgüterverpackung eine ähnliche Marktstellung und ein ähnliches Know-How und eine ähnliche Anerkennung bei den Kunden haben. Das haben wir dankbar erfahren können nach der Übernahme von Gillette durch Procter & Gamble, denn Procter & Gamble hat uns bestätigt, dass unsere Verpackungseinheiten weltweit Benchmarks sind für alle anderen Operations der Procter & Gamble-Gruppe, dies war ein schönes Lob.

Also, wir haben eine Industriegüterverpackung, die förmlich danach

schreit, expandieren zu können. Wir haben eine Konsumgüterverpackung, die einen hervorragenden Stand hat, wo der Name D.Logistics weltweit für Qualität, für Zuverlässigkeit und Performance steht, und wir haben eine Lagerbewirtschaftung als Serviceeinheit für diese beiden Gruppen. Wir müssen etwas tun, um die Marktstellung dieser beiden Bereiche, die keine Überschneidungen untereinander haben, das ist ganz wichtig, sie haben keine Überschneidungen untereinander, die Kundengruppe der Konsumgüterverpackung ist eine gänzlich andere als die Kundengruppe der Industriegüterverpackung. Wir müssen etwas tun, um das Wachstum dieser

beiden Einheiten garantieren zu können. Darüber denken wir nach. Und wir haben verschiedene Möglichkeiten, die uns einfallen, um dieses Wachstum finanzieren zu können. Es

Wir haben eine Industriegüterverpackung, die förmlich danach schreit, expandieren zu können.

gibt stille Reserven in der Gruppe, ich habe es angedeutet, es gibt Randbereiche, die wir verkaufen könnten, es gibt die Selbständigmachung dieser Gruppen als eigenen IPO und, und,

und. Wir sind im Moment dabei, uns eine Meinung darüber zu machen, wie diese Opportunitäten, die auf der Hand liegen, zum Wohle der Mitarbeiter und der Aktionäre der D.Logistics AG genutzt werden können. Was erreicht werden muss, ist, dass die Vorteile, die ich Ihnen eben geschildert habe, sich sowohl in einer Dividendenfähigkeit als auch in einer Erhöhung des Kurses ausdrücken müssen. Meine Damen und Herren, damit möchte ich schließen. Sie sehen es an meinen Aktienkäufen. Ich wette mit hohen Beträgen darauf, dass uns das gelingt.