

Wir sind weltweit die Nummer 1 in der Industriegüterverpackung

Detlef. W Hübner

Vorsitzender des Vorstands
der D.Logistics AG
in der Hauptversammlung am 17. Juni 2008



Ich darf Sie begrüßen, meine Damen und Herren, zu dem Bericht zu unserer Hauptversammlung bzw. zum Jahresabschluss 2007. Ich habe meinen Vortrag in drei Teile geteilt: den Jahresabschluss 2007, das erste Quartal 2008 soll beleuchtet werden, und ein paar Sätze zu Strategie und Ausblick möchte ich auch geben.

Als aller erstes gilt an dieser Stelle mein Dank den Mitarbeitern und dem Aufsichtsrat der D.Logistics AG für die geleistete Arbeit.

Ich denke, nachdem Sie den Vortrag gehört haben, werden Sie mir zustimmen, dass die D.Logistics AG ein erfolgreiches Jahr 2007 hinter sich hat, dass wir in 2007 sehr wesentliche Schritte getan haben, um die Zukunft erfolgreich gestalten zu können, und dass Sie, auch wenn der Börsenkurs das nicht widerspiegelt, Aktionäre an einem sehr profitablen und in manchen Markt-bereichen dominant aufgestellten Unternehmen sind.

2007 ist aus Sicht des Vorstands, nachdem wir 2005 die Talsohle durchschritten und 2006 merkliche Fortschritte gemacht haben, das erste Jahr, in dem wir sozusagen Fahrt in eine neue Zukunft aufgenommen haben.

Wir konnten den Umsatz auf 337 Mio. Euro steigern, dies ist ein Anstieg um 5%. Wenn wir die Entwicklung um Währungsveränderungen bereinigen, Sie wissen, wir sind auch in den USA vertreten, und der Dollar hat gegenüber dem Euro deutlich an Wert verloren, ergibt sich ein Wachstum von 6,6%. Unser EBITA stieg im vergangenen Jahr bereinigt um 45% auf 12,3 Mio. Euro. Manch einer neigt dazu, 2007 mit den Zahlen von 2006 zu vergleichen. Wir hatten allerdings in 2006 außerordentliche Erträge zu verbuchen.

Das Finanzergebnis in 2007 war belastet durch Bewertungsvorgänge im Zusammenhang mit der von uns begebenen Wandelanleihe. Allein dieser Anteil dieses Bewertungsvorgangs, der Cash-neutral ist, beläuft sich auf 1,64 Mio. Euro. Wenn Sie also unser Nettoergebnis von 2,8 Mio. Euro betrachten, können Sie getrost im Kopf die 1,6 Mio. Euro aus der Bewertung der Wandelanleihe hinzuzählen. Wir sind aus meiner Sicht im Nettoergebnis also deutlich über 4 Mio. Euro.

Wir hatten in 2006 Sondererträge, so dass sich hier auch im Nettoergebnis darstellt, dass wir uns auf einem sehr guten Weg befinden, der sich in 2008, denke ich, weiter fortsetzen wird.

Unsere Nettofinanzverbindlichkeiten stiegen in 2007 um 14 Mio. Euro auf 55,4 Mio. Euro an. Das sind zwar 14 Mio. Euro mehr als 2006. Wir haben aber auch für 28 Mio. Euro Firmen gekauft, d.h. wir haben einen großen Teil unserer Firmenkäufe auf der Kaufpreiszahlung aus dem Cashflow bestreiten können.

Schauen wir noch mal auf die Sondereffekte und das bereinigte Ergebnis in 2007. Im Vorjahresvergleich haben wir unser Bruttoergebnis um 4% gesteigert. Wir haben unser EBITA um mehr als 45% gesteigert, und wir haben ein Ergebnis pro Aktie erzielt von 0,07 Euro. Noch mal der Vergleich zu 2006 an dieser Stelle: Es ist uns gelungen, die Sondereffekte, die sich im Wesentlichen 2006 ergeben haben, durch den Verkauf der GHX – der eine oder andere von Ihnen wird sich erinnern, dieser Verkauf alleine hat 5,5 Mio. Euro Sonderergebnis gebracht – zu kompensieren. Außerdem hatten wir in 2006 noch Rechtsstreite gewonnen mit ca. 2 Mio. Euro Ertrag. Und das, denke ich, unterstreicht, wie gut der Weg ist, den wir in 2007 zurückgelegt haben. Denn wir kommen auf ein insgesamt positives Ergebnis, welches nur 4 Mio. Euro unter

dem Jahr 2006 liegt, obwohl in 2007 keinerlei Sondererträge erzielt wurden.

Auch wenn man den Umsatz anschaut, den wir 2007 erreicht haben, sehen wir, dass wir uns erfolgreich entwickelt haben. Der Umsatz stieg, ich hatte es eingangs schon gesagt, wenn man es währungsbereinigt betrachtet, um 6,6%. Unsere Kernsegmente Industrie- und Konsumgüterverpackung haben sich unterschiedlich gut entwickelt: Die Industriegüterverpackung hat sich mit 20,5% Steigerung gegenüber der Konsumgüterverpackung deutlich besser entwickelt.

Der Umsatz stieg währungsbereinigt um 6,6%.

Wir waren in der Lagerlogistik rückläufig. Allerdings haben wir auch in der Lagerlogistik die Beteiligung an der Schumacher GmbH verkauft. Ohne diese, oder wenn man die Lagerlogistik darum bereinigt, beträgt das Wachstum in der Lagerlogistik immer noch 3%.

Wir haben auch in der geografischen Präsenz enorme Fortschritte gemacht. Wir haben durch die Akquisition und auch durch organisches Wachstum, wie Sie an der Karte erkennen können, unsere Präsenz in Europa deutlich ausgebaut. Wenn wir nachher zur Strategie kommen, werde ich noch ein paar Worte darüber verlieren. Es ist uns gelungen, unseren Umsatzanteil in diesen Bereichen so dergestalt auszubauen, dass wir heute mit einem Umsatz von 185 Mio. Euro in Deutschland vertreten sind. Wir sind im restlichen Europa mit 92,4 Mio. Euro und in den USA mit 59,6 Mio. Euro vertreten.

Schauen wir in die einzelnen Bereiche:

Die Industriegüterverpackung hat sich, wie gesagt, hervorragend entwickelt. Wir haben in der Industriegüterverpackung, wenn wir uns die letzten Jahre anschauen, von 2002 bis 2007, ein durchschnittliches Wachstum von über 10% erzielt. Wir sind ganz klar Marktführer in diesem Segment. Es gibt eigentlich kein Unternehmen am Markt, welches sich mit unserer Stellung hier in irgendeiner Weise messen kann. Wir wachsen mit unseren Kunden in das Ausland. Wir werden unseren Kunden nicht nur europäische Dienstleistungen anbieten, sondern wir werden mit unseren Kunden auch den Weg nach Asien

gehen. Es ist geplant, dass wir auch in den USA für den Bereich Industriegüterverpackung organisches Wachstum, den Markteintritt in den USA, entsprechend schaffen werden.

Wenn wir uns den Bereich Konsumgüterverpackung anschauen, sehen wir, dass wir in den USA auch von der dortigen Krise betroffen sind. Wobei wir auch hier eindeutig sagen müssen: Wir haben hervorragende Dienstleistungen, wir haben sehr stabile Kundenbeziehungen, wir haben keinerlei Kundenverluste. Was wir uns in den USA im Bereich Konsumgüterverpackung zu vergegenwärtigen haben, ist die Umstellung des Managements von inhabergeführt, d.h. in 2007 war noch die Gründerfamilie im Management für das Unternehmen verantwortlich. Wir haben in 2007 die letzten 15% der Familie Franks abgekauft und haben jetzt, Herr Bargende ist mitten in diesem Prozess und deshalb häufig in Amerika, ein erfolgsorientiertes, nach streng wirtschaftlichen Gesichtspunkten agierendes Management dort neu eingesetzt. Wir sind sehr sicher, dass wir im Laufe des Jahres den Turnaround in den USA schaffen. Wir glauben, dass das, was im Moment an neuen Kunden in den USA gewonnen wird, was an neuen Verpackungstechniken entwickelt worden ist, was an Dienstleistungsangeboten für unsere Kunden im Moment im Versuch ist, ist es mehr als wert, auch nach Europa gebracht zu werden. Ich glaube, dass wir für den Bereich Konsumgüterverpackung – beginnend mit einem positiven Trend in 2008 – in 2009 sehr schöne Ergebnisse sehen werden.

Wir sind sehr sicher, dass wir im Laufe des Jahres den Turnaround in den USA schaffen.

Der Bereich Lagerlogistik hat sich ebenfalls sehr erfreulich entwickelt. Wir haben dort im EBITA um knapp 18% zulegen können, obwohl in 2006 ein gewonnener Rechtsstreit das Ergebnis positiv beeinflusst hatte. Der Bereich Lagerlogistik entwickelt sich mehr und mehr zum Dienstleistungsbereich für die beiden Verpackungseinheiten oder die Verpackungsservices, die wir haben. Wir werden also sicherlich hier eine Umstellung vornehmen und den Bereich Lagerlogistik aufspalten und in Zukunft nur noch über die Bereiche In-

dustriegüterverpackung und Konsumgüterverpackung berichten. Eventuelle Randaktivitäten, wir werden sehen, was wir damit machen, stehen eventuell zum Verkauf.

Die erfreuliche Entwicklung in den Bereichen setzt sich fort.

Die Eigenkapitalausstattung liegt komfortabel im Zielkorridor. Wir haben nach wie vor eine Eigenkapitalquote von über 35% im Konzern. Unser Eigenkapital beträgt mehr als 83 Mio. Euro. Allein wenn Sie das umrechnen, sind das ungefähr 1,87 Euro je Aktie. D.h. wenn wir heute mit 1,30 Euro an der Börse notieren, so sind wir doch satte 0,50 Euro in unserer Notiz unter dem von uns ausgewiesenen Eigenkapital. Auch das mag verdeutlichen, warum ich meine, dass unsere Aktie grotesk unterbewertet ist.

Ein paar Worte zu der Entwicklung im ersten Quartal. Die erfreuliche Entwicklung in den Bereichen setzt sich fort. Im Bereich Industriegüterverpackung haben wir uns nach dem durchaus erfolgreichen 2007 weiter steigern können. Die Industriegüterverpackung hat im Umsatz um 18,7% zugelegt. Hier sind unsere Neuerwerke Walpa und Logis konsolidiert. Die Konsumgüterverpackung hat zwar ein Minus von 8,6%, aber das ist vor allen Dingen der Umrechnung des Dollarkurses geschuldet. In Dollar haben wir keine Umsätze verloren. Nur wenn wir letztes Jahr mit 1,31 \$/Euro gerechnet haben und dieses Jahr mit 1,50 \$/Euro rechnen mussten, ist natürlich in der Eurobilanz entsprechend weniger Umsatz enthalten.

Wir haben einen sehr erfreulichen Umsatzanstieg von 5,4% in Italien. Die belgischen Aktivitäten sind im ersten Quartal mit einem leichten Rückgang ausgewiesen. Ich darf Ihnen sagen, dass dieser Rückgang, so wie es sich abzeichnet, im zweiten Quartal wieder ausgeglichen wird. Die Lagerlogistik ist mit einem Zuwachs von 3,8%, bereinigt um Unternehmensverkäufe sogar mit 5,3%, ebenfalls sehr gut unterwegs.

Unser operatives Ergebnis stieg im ersten Quartal immerhin um 44%. Das Ergebnis der Industriegüterverpackung stieg um 34%. In der Konsumgüterverpackung, ich hatte es eben erklärt, haben wir durch die Umstrukturierung in Amerika, die Personalveränderungen, die neue IT, die Kosten für die Anwer-

bung neuen Personals ein relativ schwaches erstes Quartal. Ich denke aber, wir werden im Laufe des Jahres, auch die Konsumgüterverpackung erfreulich entwickeln, wobei wir vom Vorstand allerdings davon ausgehen, dass die wahren Früchte aus der Restrukturierung der Konsumgüterverpackung erst in 2009 wirklich eingefahren werden können. Nichtsdestotrotz haben wir unseren Nettogewinn für das erste Quartal, das bekanntlich das bei Weitem schwächste Quartal in der Logistik ist, auf 1,2 Mio. Euro ausbauen können. Wir haben unsere Nettofinanzverschuldung um immerhin 10% auf 50,3 Mio. Euro senken können, und wir haben unsere Eigenkapitalquote erhöht. Auch das unterstreicht, denke ich, dass die D.Logistics mehr als gut unterwegs ist, und die Indikatoren für das zweite Quartal sind i.d.R. sowieso besser als für das erste Quartal. Wir erwarten also für 2008 konservativ eine Umsatzbandbreite von 325-345 Mio. Euro. Sie werden jetzt sagen, das ist auch nicht viel mehr als wir sowieso schon erreicht haben. Dazu muss man allerdings wissen, dass wir uns aus strategischen Gründen dazu entschlossen haben, im Bereich der Industriegüterverpackung für die Kunden keine Transporte mehr zu organisieren.

Wir erwarten also für 2008 konservativ eine Umsatzbandbreite von 325-345 Mio.

Das führt zu einem Umsatzrückgang, der die Marge nicht beeinflusst, von 13 Mio. Euro. Der gesunkene Dollar-Kurs wird uns noch mal mit 5 Mio. Euro in der Umrechnung tangieren. Wir haben dagegen zu setzen: organisches Wachstum und die Konsolidierung der Logis-Gruppe, so dass wir meinen, 325-345 Mio. Euro konservativ schätzen zu können. Das EBITA soll sich 2008 verbessern. Wir erwarten im Konzern zwischen 13 und 14,5 Mio. Euro. Das entspricht einem Wachstum von bis zu knapp 20%. So wie es sich abzeichnet, wird das auch zu erreichen sein. Wir sind für 2008 optimistisch. Als wesentliches Investitionsprojekt wäre zu nennen, die Erweiterung unseres Lagers für den Konzern Mölnlycke, für den wir im belgischen Waremmе das europäische Distributionszentrum heute schon betreiben.

Hier wird von uns eine Erweiterung geplant und gebaut werden. Das ist ein Investitionsvolumen ca. 6,5 Mio. Euro.

Der weitere Ausblick für 2009: Umsatzwachstum 3-7% und eine Marge von mehr als 4%.

Der weitere Ausblick für 2009: Umsatzwachstum 3-7% und eine Marge von mehr als 4%. Auch das ist sehr konservativ, das werden wir bei jeder Entwicklung der Weltwirtschaft, denken wir, sicher erreichen können.

Noch ein paar Worte zum Abschluss über die weitere Ausrichtung des Konzerns. Was haben wir vor? Was werden wir machen? Wir werden unser Flaggschiff die Industriegüterverpackung weiter ausbauen. Ich hatte bereits gesagt, wir sind die Nummer 1 in Deutschland. Maschinenbau ist eine deutsche Domäne weltweit. Da der deutsche Maschinenbau weltweit die Nummer 1 ist, ist die deutsche Industriegüterverpackung automatisch auch weltweit die Nummer 1. Das liegt auf der Hand. Somit sind wir in der Industriegüterverpackung das einzige Unternehmen, von dem wir wissen, und ich glaube, wir wissen es, das die vollen Konsolidierungseffekte einer Industrialisierung einer bis jetzt handwerklichen Branche für sich in Anspruch nehmen kann. Wir erwarten also im Bereich Industriegüterverpackung durchaus, dass wir uns weiter verbessern, dass wir unsere Präsenz in der Welt weiter ausbauen. Und dass wir von unseren Kunden, offensichtlich nicht vom Aktienmarkt, aber von unseren Kunden, als das wahrgenommen werden, was wir sind, die einzige ernstzunehmende Alternative im Industriegüterverpackungsbereich für internationale Ansprüche.

Wir haben weiter den Ausbau der Konsumgüterverpackung auf der Agenda. Ich hatte es eben gesagt, Herr Bargende ist häufig in Amerika. Er hat auch die Stellung des Chairmans in der amerikanischen Gesellschaft übernommen, um sicher zu stellen, dass der Umbau und der Übergang von einem familiengeführten Unternehmen in ein managementgeführtes Unternehmen wirklich so funktioniert, wie wir uns das vorstellen. Wir haben in Amerika eine Menge innovativer, neuer Verpackungs-

lösungen entwickelt. Wir sind mit einer Menge Projekte unterwegs. Es wird sich in der Konsumgüterverpackung, ich sagte es vorhin bereits schon, so sicherlich in den Zahlen noch nicht in 2008 widerspiegeln. Aber die Konsumgüterverpackung ist, was die Dienstleistung angeht, was wir „Total Packaging Solution“ nennen, genauso wie die Industriegüterverpackung einzigartig am Markt, und wir sind sehr zuversichtlich, dass auch die Konsumgüterverpackung einen sehr, sehr guten Weg beschreiten wird. Wir haben also als mittelfristige Ziele stetiges, profitables Umsatzwachstum, sowohl organisch als auch durch Akquisitionen. Wir haben auf der Tagesordnung die Steigerung der EBITA-Marge auf über 4% und mehr. Es gibt, glaube ich, sonst im Logistik-Bereich keinen Dienstleister, der auf eine solche Marge blicken kann. Und wir sind auch weiter dabei, das Unternehmen vom Logistikdienstleister zum Industriedienstleister umzubauen. Verpackung ist unser Thema und in diesem Thema werden wir weiter wachsen und werden unseren Kunden weiter einzigartige Lösungen anbieten. Das führt automatisch zu einer Verbesserung des Finanzergebnisses. Herr Fey hat sich viele Gedanken darüber gemacht, wie wir

Wir sind auch weiter dabei, das Unternehmen vom Logistikdienstleister zum Industriedienstleister umzubauen.

auch die Steuerquote verbessern können. Und wir wollen unsere Eigenkapitalquote nachhaltig über 30% belassen. Was ich Ihnen also zeichnen kann, ist das Bild eines hervorragend funktionierenden Unternehmens mit sehr guten Zukunftsaussichten. Das erklärt auch, warum ich die Mehrheit in dem Unternehmen zurückerworben habe, und ich blicke mit gewissem Unverständnis auf die Bewertung des Aktienmarkts für unser Unternehmen. Aber sei es drum, das Unternehmen ist finanziell gesund, ist vom Markt her hervorragend aufgestellt und wird in Zukunft beweisen, dass es mehr als profitabel ist.

Vielen Dank!

