



Die HARTMANN GRUPPE ist mit einer klaren und erfolgreichen Strategie auf einem guten Weg, in diesem Jahr weiter zu wachsen



Dr. Rinaldo Riguzzi
Vorsitzender des Vorstands
der PAUL HARTMANN AG,
Hauptversammlung am 8. Mai 2009

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, sehr geehrte Damen und Herren, ich begrüße Sie – auch im Namen meiner Kollegen im Vorstand – herzlich zur 95. ordentlichen Hauptversammlung der PAUL HARTMANN AG und danke Ihnen für Ihr Kommen.

Im Folgenden werde ich Ihnen den Jahresabschluss sowie die wichtigsten Highlights des Geschäftsjahres 2008 vorstellen und einen Ausblick auf das neue Geschäftsjahr geben.

Bevor ich beginne, erlauben Sie mir als erstes, meinen Dank auszusprechen: meinen Dank an alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die Führungskräfte, meine Kollegen im Vorstand, den Aufsichtsrat und den Beirat. Dank ihrer tatkräftigen Unterstützung konnten wir die guten Resultate des Jahres 2008 erreichen.

Im 190. Jahr der Unternehmensgeschichte hat die HARTMANN GRUPPE ihren Erfolgskurs gehalten und ist weiterhin gewachsen.

In einer wirtschaftlich turbulenten Zeit steht HARTMANN organisatorisch wie finanziell sehr stabil und ge-

sund da. Auf dieser Basis haben wir im Geschäftsjahr 2008 zudem die nächste Entwicklungsphase des Unternehmens eingeleitet. Vorrangiges Ziel ist die weitere Steigerung der Profitabilität.

**In einer wirtschaftlich
turbulenten Zeit steht
HARTMANN organisatorisch
wie finanziell sehr
stabil und gesund da.**

Bevor ich zu den Zahlen der HARTMANN GRUPPE komme, möchte ich Ihnen kurz unser Geschäftsumfeld erläutern.

Der weltweite Markt für Medizinprodukte wuchs 2008 trotz der Finanzkrise und staatlicher Eingriffe in die Gesundheitssysteme um 5% auf insgesamt 207 Mrd. USD.

Von den Gesamtmärkten, die jede Art von Medizinprodukten beinhalten, betrug das Volumen der Sortimente, die HARTMANN vertreibt, in Europa rund 5,8 Mrd. EUR. In unseren Kern-

sortimenten Wundaufgaben, Inkontinenzprodukte und OP-Einwegprodukte stiegen die Marktvolumina europaweit um rund 4%.

Gleichzeitig stellt uns dieser Wachstumsmarkt aber immer wieder vor neue Herausforderungen.

Im Jahr 2008 beeinträchtigten volatile Wechselkurse unser Auslandsgeschäft. Außerdem waren wir mit hohen Energie- und Rohstoffpreisen konfrontiert. Und nicht zuletzt führten weitere staatliche Eingriffe in die Gesundheitssysteme, Einkaufsbündelungen auf Kundenseite und zunehmender Wettbewerb zu einem weiter verschärften Preisdruck.

Meine Damen und Herren,

ich möchte Ihnen nun anhand der wesentlichen Unternehmenszahlen den Geschäftsverlauf 2008 präsentieren und erläutern.

Im Berichtsjahr erzielte die HARTMANN GRUPPE weltweit Umsatzerlöse in Höhe von rund 1,38 Mrd. EUR. Dies entspricht einem Plus von 7,5% gegenüber dem Vorjahr.

Bereinigt um Währungseffekte und die im Jahr 2008 getätigten Akquisitionen, auf die ich später noch näher eingehe, steht dahinter ein organisches Wachstum von 7%. Erreicht haben wir dieses Wachstum, wie bereits erwähnt, vor allem mit dem konsequenten Ausbau unserer Systemangebote.

Im Berichtsjahr erzielte die HARTMANN GRUPPE weltweit Umsatzerlöse in Höhe von rund 1,38 Mrd. EUR.

Besonders erfreulich ist, dass wir dabei mit gezielten preispolitischen Maßnahmen den Trend rückläufiger Verkaufspreise für unsere Produkte fast vollständig stoppen konnten.

Zu diesem Wachstum haben erneut alle Geschäftssegmente beigetragen.

In den drei medizinischen Kernsegmenten Wund-, Inkontinenz- und OP-Management verzeichnete HARTMANN weltweit ein dynamisches Umsatzwachstum von 8,2%. Das Umsatzwachstum bei den weiteren Konzernaktivitäten betrug insgesamt 4,1%.

Der Umsatzanteil des medizinischen Kerngeschäfts stieg damit im Berichtsjahr um 0,6 Prozentpunkte auf 82,7%.

In Deutschland konnten wir unsere Umsatzerlöse im Berichtsjahr um 5,5% auf 467,5 Mio. EUR steigern. In Europa ohne Deutschland stiegen die Umsatzerlöse um 9,8% auf 795,5 Mio. EUR. Wachstumsmotor war hier trotz der schwächeren Währung in Russland erneut die Region Osteuropa mit einer Umsatzsteigerung von 23,2% auf 171,9 Mio. EUR.

Außerhalb Europas belasteten ungünstige Währungseffekte unser Geschäft. Die Umsätze nahmen dort nur leicht um 0,4% auf 114 Mio. EUR zu.

Insgesamt ergibt sich daraus eine geringfügige Steigerung des Auslandsanteils am Gesamtumsatz auf 66,1%.

Gestützt vom Umsatzwachstum, preispolitischen Maßnahmen und

Produktivitätssteigerungen hat die HARTMANN GRUPPE sowohl ihr operatives EBIT um 9,5% auf 70,2 Mio. als auch das operative Konzernergebnis um 8,1% auf 42 Mio. EUR verbessert.

Sondereffekte haben das Konzernergebnis im Saldo mit 16,3 Mio. EUR negativ beeinflusst. Diese Sondereffekte sind im Wesentlichen auf Maßnahmen zur langfristigen Steigerung unserer Profitabilität zurückzuführen. Neubewertungen im Zusammenhang mit der möglichen Veräußerung der CMC Consumer Medical Care GmbH führten zu Wertminderungen. Darüber hinaus haben Restrukturierungsaufwendungen für erste Maßnahmen zur Produktivitätssteigerung im Rahmen unseres neuen Programms „HARTMANN 2011“ das Ergebnis belastet.

Aufgrund dieser Sondereffekte ging das Konzernergebnis gegenüber dem Vorjahr um 10,1 Mio. auf 25,7 Mio. EUR zurück.

Mit einer weiterhin überdurchschnittlichen Eigenkapitalquote und langfristigen Kreditlinien verfügt die HARTMANN GRUPPE über ein solides Fundament zur Finanzierung ihres internen und externen Wachstums.

Mit einer überdurchschnittlichen Eigenkapitalquote verfügt die HARTMANN GRUPPE über ein solides Fundament zur Finanzierung ihres internen und externen Wachstums.

Mit 83,6 Mio. lag das Investitionsvolumen im Geschäftsjahr 2008 um 49,2 Mio. EUR über dem Vorjahreswert. Neben Akquisitionen und damit verbundenen Investitionen in immaterielle Vermögenswerte bildeten Investitionen in Sachanlagen den Schwerpunkt. Diese Investitionen wurden sowohl in Maßnahmen zur Produktivitätsverbesserung als auch zur Kapazitätserweiterung getätigt.

Das Eigenkapital inklusive Minderheitsanteilen stieg absolut auf 458 Mio. EUR. Die Ausweitung der Bilanzsumme im Zuge der Akquisitionen führte dabei zu einem Rückgang der Eigenkapitalquote auf 43,9% gegenüber 50,3% im Vorjahr. Akquisitionsbedingt hat sich die Nettoverschuldung der HARTMANN GRUPPE zum Ende des Berichtsjahrs auf 210,5 Mio. EUR erhöht. Dies ist ein Anstieg um 93,5 Mio. EUR gegenüber dem Jahresende 2007.

Die PAUL HARTMANN AG bietet ihren Aktionären weiterhin eine attraktive Dividendenrendite.

Ich komme nun zur HARTMANN-Aktie.

Der Kurs entwickelte sich im Berichtsjahr insgesamt stabil. Ende 2008 notierte die HARTMANN-Aktie bei 158,95 EUR und lag damit nur 3,7% unter dem Vorjahresendkurs. Der EURO STOXX 50, der unsere Fokussierung auf die Kernmärkte Europas abbildet, verlor im gleichen Zeitraum 44,3%. Im laufenden Geschäftsjahr konnte sich auch die HARTMANN-Aktie dem Abwärtstrend der Aktienmärkte jedoch nicht vollständig entziehen.

Die PAUL HARTMANN AG bleibt angesichts der guten Ergebnisentwicklung im vergangenen Jahr ihrer Strategie der Dividendenkontinuität treu und bietet ihren Aktionären weiterhin eine attraktive Dividendenrendite. Mit dem Vorschlag von 3,60 EUR pro Aktie liegt die Dividendenrendite, bezogen auf den Jahresendkurs 2008, bei 2,3%.

Meine Damen und Herren,

die genannten Zahlen fassen die Ergebnisse und Aktivitäten unserer Geschäftssegmente zusammen. Diese möchte ich Ihnen nun im Einzelnen erläutern und dabei zugleich die beiden wesentlichen Treiber für unseren Erfolg auch im Jahr 2008 herausstellen: Zum einen die klare Fokussierung auf

unsere medizinischen Kernsegmente und zum anderen die Ausweitung kundenspezifischer Systemlösungen für Medizin und Pflege.

Im Segment Wundmanagement konnten wir unsere Umsätze um 8% auf 410,5 Mio. EUR steigern. In Deutschland konnten wir rückläufige Segmentumsätze der Vorjahre stoppen und erzielten ein Wachstum von 3,6% auf 102,2 Mio. Erfreulich war das Umsatzplus mit 9,6% auf 308,3 Mio. EUR in den Auslandsmärkten.

Das Segmentergebnis verbesserte sich trotz gestiegener Rohstoffpreise und anhaltendem Preisdruck bei klassischen Verbandmitteln und Diagnostik-Produkten um 11,9% auf 48 Mio. EUR.

Sortimentsbezogen kamen vor allem unsere Systemangebote für die Wundbehandlung gut im Markt an. Bei hydroaktiven Wundaufgaben und den unter der Marke MediSet angebotenen Behandlungssets verzeichneten wir jeweils zweistellige Wachstumsraten.

Strategisch neu ausgerichtet haben wir die HARTMANN-Tochtergesellschaft Karl Otto Braun. Als Hersteller von Produkten, die unter den Marken der Kunden geliefert werden, hat KOB den Aufbau eines internationalen Produktionsverbands für medizinische Binden mit Betrieben in Deutschland,

**Insgesamt erzielten wir
2008 im Segment
Inkontinenzmanagement
ein erfreuliches
Umsatzplus von 6%
auf 513,7 Mio. EUR.**

Indien und China weit gehend abgeschlossen. In diesem Zusammenhang hat KOB auch die Führung des Betriebs im chinesischen Qingdao von HARTMANN übernommen. Bereits im Berichtsjahr konnte KOB seine Fertigungskapazitäten besser auslasten und seine Ertragskraft insgesamt steigern.

In unserem umsatzstärksten Geschäftssegment Inkontinenzmanage-

ment profitierten wir im vergangenen Geschäftsjahr vom wachsenden Bedarf an absorbierenden Inkontinenzprodukten – einer Folge des demographischen Wandels. Gleichzeitig drückten dort aber steigende Kosten auf das Ergebnis.

**In den USA haben wir
zum 1. Dezember 2008
die Whitestone-Gruppe
übernommen.**

Insgesamt erzielten wir 2008 im Segment Inkontinenzmanagement ein erfreuliches Umsatzplus von 6% auf 513,7 Mio. EUR. Trotz eines verschärften Ausschreibungsgeschäfts für die ambulante Versorgung konnten wir die Umsätze auch in Deutschland um 2% auf 159 Mio. EUR steigern. In den Auslandsmärkten legten wir mit einem Plus von 7,9% auf 354,6 Mio. EUR zu. Auch hier verzeichneten wir das stärkste Plus in Osteuropa.

Das Segmentergebnis ging vor allem infolge steigender Rohstoffpreise jedoch um 15,4% auf 31,9 Mio. EUR zurück. Außerdem hat das Ausschreibungsgeschäft in Deutschland bei absorbierenden Inkontinenzprodukten den Preisdruck verstärkt. Dies zeigt, dass wir von den Entscheidungen in den nationalen Gesundheitssystemen tangiert sind.

Produktbezogen lag der Schwerpunkt unserer Aktivitäten auf der Weiterentwicklung unserer Sortimente, um der wachsenden Differenzierung der Kundenwünsche angesichts des steigenden Kostendrucks auch künftig erfolgreich zu begegnen.

In den USA haben wir zum 1. Dezember 2008 die Whitestone-Gruppe übernommen. Whitestone ist ein in den USA etabliertes Unternehmen mit eigener Fertigung von absorbierenden Inkontinenzprodukten. Die Vertriebsschwerpunkte von Whitestone liegen in Kliniken, Altenheimen und der ambulanten Pflege. In Verbindung mit dem Know-how der HARTMANN GRUPPE und den Aktivitäten

unserer US-amerikanischen Tochtergesellschaft HARTMANN-Conco schafft die Akquisition von Whitestone wichtige Synergieeffekte für eine Ausweitung des Geschäfts im nordamerikanischen Markt.

Im Geschäftssegment OP-Management profitierten wir im Jahr 2008 mit einem Umsatzwachstum von 14,3% auf 214 Mio. EUR überdurchschnittlich von der Umstellung auf Einwegprodukte in den Kliniken in immer mehr Ländern. Das entsprechende Marktwachstum in Europa lag lediglich bei 5%. In Deutschland haben wir unsere Umsatzerlöse um 12,6% auf 91,3 Mio. gesteigert, in den Auslandsmärkten um 15,6% auf 122,8 Mio. EUR.

Das Segmentergebnis konnten wir trotz des hohen Preisdrucks im europäischen Ausschreibungsgeschäft auf 8,7 Mio. EUR nahezu verdoppeln.

Ein wesentlicher Treiber für dieses überproportionale Umsatz- und Ergebniswachstum für den OP-Risikoschutz ist, dass wir inzwischen durchweg für alle Markt- und Kundenbedürfnisse adäquate Produkte und Dienstleistungen anbieten können.

**Kundenindividuelle OP-
Komplettssets, die sämt-
liche für einen Eingriff
erforderlichen Einwegpro-
dukte enthalten, waren
erneut Wachstumsmotor.**

Bestes Beispiel hierfür sind unsere Foliodrape CombiSets. Diese kundenindividuellen OP-Komplettssets, die sämtliche für einen Eingriff erforderlichen Einwegprodukte enthalten, waren erneut Wachstumsmotor des Segments.

Im Zuge des Trends zu kundenindividuellen, eingriffsspezifischen Set-Zusammenstellungen konnten wir zudem unsere Beratungsleistungen zur Optimierung von Logistikprozessen ausbauen und den HARTMANN-Lieferservice für den OP international weiter etablieren.

Insgesamt sind die Aktivitäten und das Ergebnis im Segment OP-Management ein gutes Beispiel dafür, wie wir erfolgreiche Lösungen aus einem Bereich nun konsequent auf immer weitere Produktgruppen, Kunden und Länder ausweiten. Hier sehe ich für HARTMANN noch weiteres interessantes Potenzial.

Die weiteren Konzernaktivitäten umfassen im Wesentlichen endverbrauchernehe Produkte und Dienstleistungen sowie Handelsaktivitäten. Hier konnten wir die Umsatzerlöse im Berichtsjahr um 4,1 % auf 238,8 Mio. EUR steigern – in Deutschland um 7 % auf 115 Mio., im Ausland um 1,5 % auf 123,8 Mio. EUR.

Die auf dem deutschen Markt tätige NOGE-Gruppe konnte ihre Umsätze 2008 zweistellig steigern.

Trotz dieser Steigerung verzeichneten die weiteren Konzernaktivitäten vor allem aufgrund von Sondereffekten insgesamt ein negatives Segmentergebnis mit einem Defizit in Höhe von 9 Mio. EUR.

Dabei entwickelten sich die einzelnen Aktivitäten recht unterschiedlich.

Die auf dem deutschen Markt im Handelsgeschäft mit Medizinprodukten tätige NOGE-Gruppe mit den Tochterunternehmen Sanimed und Medicus konnte ihre Umsätze 2008 zwar zweistellig steigern, hat jedoch die Gewinnschwelle noch nicht erreicht.

HARTMANN hat die Kneipp-Gruppe mit Wirkung zum 1. April 2008 durch Anteilsaufstockung zu einer 100%igen Tochtergesellschaft gemacht. Im Berichtsjahr hat die Kneipp-Gruppe ihren profitablen Wachstumskurs fortgesetzt. Mit seiner konsequenten Marken- und Internationalisierungsstrategie, mehreren Innovationen sowie gesteigerter Produktivität hat Kneipp sein Ergebnis weiter verbessert.

Die CMC Consumer Medical Care GmbH konnte ihre Umsätze zwar insgesamt leicht steigern, das Ergebnis blieb jedoch infolge des Preisdrucks, deutlich gestiegener Rohstoffpreise und Energiekosten weiterhin negativ. Da es uns trotz Veränderungsmaßnahmen nicht gelungen ist, die Lage der CMC zu stabilisieren, hat der Vorstand entschieden, Veräußerungsmöglichkeiten zu prüfen und gegebenenfalls umzusetzen. Wir sind der Überzeugung, dass die Aussichten des Unternehmens bei einem Eigentümer aus dem Konsumgüterbereich besser sind als in der auf Profis in Medizin und Pflege ausgerichteten HARTMANN GRUPPE.

Mit der Vivello GmbH hat HARTMANN im vergangenen Jahr einen Schritt auf den Markt für privat finanzierte Dienstleistungen getan. Bereits heute sind 4,5 Mio. Haushaltshilfen in Deutschland tätig, zum großen Teil in Schwarzarbeit. Vivello geht den legalen Weg und bietet Senioren ein breites Spektrum nicht-pflegerischer Dienstleistungen im Bereich der Alltagsbetreuung an. Die Geschäftsidee entspricht also dem Trend, dass ältere Menschen möglichst lange zu Hause leben wollen. Vivello wurde bewusst als Pilotprojekt konzipiert und hat das angestrebte Umsatzziel im ersten Jahr nicht erreicht. Die längere Anlaufphase haben wir von vornherein einkalkuliert.

Das gute Umsatzwachstum und die operative Ergebnisverbesserung im Geschäftsjahr 2008 zeigen, dass HARTMANN einen erfolgreichen Kurs eingeschlagen hat.

Die positive Entwicklung der HARTMANN GRUPPE spiegelt sich auch in der Mitarbeiterzahl. Zum Jahresende 2008 lag die Zahl der Beschäftigten bei 9.582 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Das waren, auch akquisitionsbedingt, 647 Personen mehr als Ende 2007.

Meine Damen und Herren,

das gute Umsatzwachstum und die operative Ergebnisverbesserung im Geschäftsjahr 2008 zeigen, dass HARTMANN mit der konsequenten Fokussierung auf die medizinischen Kernsegmente, kundengerechten Systemlösungen und der sukzessiven Verbesserung der Profitabilität einen erfolgreichen Kurs eingeschlagen hat.

Zum Jahreswechsel haben wir die Bode Chemie GmbH & Co. KG als 100%ige Tochtergesellschaft von der Beiersdorf AG übernommen.

Diesen Kurs halten wir auch im Jahr 2009. Dabei setzen wir mit hoher Intensität auf weiteres organisches Umsatzwachstum über dem Markt mit unseren Vertriebsorganisationen.

Mit unseren Systemangeboten und Solutions für Medizin und Pflege wollen wir uns noch deutlicher von unseren Wettbewerbern differenzieren.

Mit dem Ziel, weiterhin profitabel zu wachsen, hat der Vorstand Mitte 2008 das Programm für die nächste Entwicklungsphase aufgelegt und im Unternehmen implementiert. Unter dem Namen „HARTMANN 2011“ richtet es sich an alle Bereiche und Funktionen im Unternehmen. Vorrangige Ziele sind eine Verbesserung der Produktivität und damit der Profitabilität sowie die nachhaltige Steigerung unseres organischen Wachstums über dem Markt. Im Jahr 2008 haben wir dafür konkrete Potenziale und Maßnahmen definiert, die nun strukturiert angegangen werden.

Zum Jahreswechsel haben wir die Bode Chemie GmbH & Co. KG als 100%ige Tochtergesellschaft von der Beiersdorf AG übernommen. Bode Chemie wurde 1924 gegründet und ist einer der führenden Spezialisten für Desinfektion, Hygiene und Hautschutz in Europa. Die Produkte von Bode, wie das Hände-Desinfektionsmittel Sterillium, ergänzen quasi „Hand in Hand“ die HARTMANN-

Sortimente vom OP-Handschuh bis zur OP-Abdeckung zu einer lückenlosen Infektionsprophylaxe im Operationssaal.

Bislang ist Bode vor allem im Kliniksektor vertreten. Unser starkes Vertriebsnetz in Apotheken, Arztpraxen und Pflegeeinrichtungen eröffnet nun zusätzliche Wachstumspotenziale für Desinfektionsprodukte. Die Übernahme von Bode ist ein strategisch wichtiger Schritt. Sie macht deutlich, wie wir mit sorgfältig ausgewählten Akquisitionen das anorganische Wachstum in unseren Kernsegmenten vorantreiben wollen.

Angesicht der knappen Kassen der Gesundheitssysteme werden die Kosten für alle Leistungserbringer zunehmend zu einer Herausforderung. Mit bedarfsgerechten Produkten, umfassenden Serviceleistungen in Logistik und Abrechnungswesen sowie Beratungsleistungen zur Prozessoptimierung helfen wir unseren Kunden in ambulanten und stationären Einrichtungen, Therapieoptionen und Abläufe zu vereinfachen und damit wirtschaftlicher zu gestalten.

Dass wir unseren Kunden damit einen echten Mehrwert bieten, beweist die Verleihung des Helios Partner Award 2008 an die PAUL HARTMANN AG.

Dass wir unseren Kunden damit einen echten Mehrwert bieten, beweist die Verleihung des Helios Partner Award 2008 an die PAUL HARTMANN AG. Wir wurden damit von einer der größten deutschen Klinikgruppen mit 60 Kliniken ausgezeichnet. Dies freut uns umso mehr, als wir die Auszeichnung als bester von insgesamt 600 Lieferanten erhalten haben.

Als fester Partner und zum Teil auch Initiator von innovativen Ansätzen zur ambulanten Versorgung nutzen wir zudem gezielt den anhaltenden Trend „ambulant vor stationär“. Die Bildstrecke unseres Geschäftsberichts 2008 zeigt exemplarisch an fünf

Netzwerken in Frankreich, Ungarn, Deutschland und der Schweiz, wie wir uns bereits heute in der ambulanten Versorgung engagieren.

Auch in Zukunft prüfen wir sorgfältig Optionen für Akquisitionen, um unser Sortiment sinnvoll zu ergänzen, neue medizinische Vertriebskanäle zu erschließen und unsere Marktposition in ausgewählten Märkten zu verbessern.

Die HARTMANN GRUPPE erzielte im 1. Quartal 2009 weltweit Umsatzerlöse in Höhe von 376,8 Mio. EUR.

Meine Damen und Herren,

Anfang dieser Woche haben Sie den Aktionärsbrief zum 1. Quartal 2009 erhalten.

Die HARTMANN GRUPPE erzielte weltweit Umsatzerlöse in Höhe von 376,8 Mio. EUR, das ist eine Zunahme um 12,5% gegenüber den ersten drei Monaten 2008. Veränderungen im Konsolidierungskreis, in erster Linie die Akquisition von Bode und Whitestone, haben mit 8,6 Prozentpunkten zum Umsatzplus beigetragen. Die starke Abwertung verschiedener osteuropäischer Währungen wirkte sich mit 1,5 Prozentpunkten negativ auf die Umsatzentwicklung aus. Damit lag das organische Wachstum bei 5,4%.

Durch das erfreuliche organische und anorganische Wachstum der HARTMANN GRUPPE nahm das operative EBIT gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum um 22,1% auf 24,6 Mio. EUR zu. Das operative Konzernergebnis verbesserte sich um 29,3% auf 14,9 Mio. EUR.

Im 1. Quartal 2009 haben Sondereffekte das EBIT und das Konzernergebnis beeinflusst. Dabei wirkten sich Rückstellungen für die Restrukturierung der Fertigungsstandorte für Inkontinenzprodukte belastend aus. Zusätzlich sind kaufpreisbedingte Abschreibungen aus der Akquisition von Bode Chemie und Whitestone ange-

fallen. Inklusive Sondereffekten nahm das EBIT um 5,6% auf 21,3 Mio. EUR und das Konzernergebnis um 9,2% auf 12,6 Mio. EUR zu.

Meine Damen und Herren,

wie ist nun HARTMANN von der Finanz- und Wirtschaftskrise betroffen? Nicht direkt. Wir sind in stärkerem Maße von den Entscheidungen der staatlichen Gesundheitssysteme in den einzelnen Ländern abhängig. Eine Folge der Finanz- und Wirtschaftskrise sind jedoch auch für uns die unkalkulierbaren Währungsschwankungen insbesondere in den osteuropäischen Ländern, in Großbritannien und Australien. Zusätzlich könnte eine schlechtere Zahlungsfähigkeit unserer Kunden eine Folge der Finanz- und Wirtschaftskrise sein. Positiv dürften sich die sinkenden Rohstoffpreise auswirken.

Ich sehe die HARTMANN GRUPPE mit ihrer klaren und erfolgreichen Strategie FOCUS auf einem guten Weg, in diesem Jahr weiter profitabel zu wachsen. Mit einer nach wie vor hohen Eigenkapitalquote und langfristigen Kreditlinien mit unseren Banken verfügen wir über ein solides Fundament für die weitere Entwicklung.

Weniger stabil sieht es hingegen mit den Staatsfinanzen aus.

Auf uns bezogen, sehe ich die weitere Entwicklung positiv, weil wir unseren eingeschlagenen Kurs fortsetzen werden.

Wenn ich an die durch die Politik beschlossenen Hilfspakete in Milliarden- und Billionenhöhe denke, die über Schulden finanziert werden, bleibt die Frage: Wie wollen die Staaten diese Schulden je zurückzahlen?

Der deutsche Schriftsteller und Satiriker Kurt Tucholsky hatte bereits 1930 eine klare Meinung zu diesem Thema. Er sagte: „Jede Wirtschaft beruht auf der irrtümlichen Annahme,

der andere werde gepumptes Geld zurückzahlen.“

Weiter zur Finanzkrise kann ich Isaac Newton zitieren. Er hatte im Jahre 1687 der Welt erklärt, wie die Mechanik funktioniert. Er hat aber auch gesagt, ich zitiere: „Ich kann die Bewegungen von Himmelskörpern berechnen, aber nicht die Verrücktheit von Menschen!“ Er sagte dies übrigens im Jahre 1720, nachdem er an der Börse sein ganzes Vermögen verloren hatte.

Meine Damen und Herren,
auf uns bezogen, sehe ich die weitere Entwicklung positiv, weil wir un-

seren eingeschlagenen Kurs fortsetzen werden.

In den drei medizinischen Geschäftssegmenten rechnen wir für 2009 mit einem anhaltenden organischen Wachstum über dem Markt. Bei den weiteren Konzernaktivitäten gehen wir von einem moderaten Umsatzplus aus, getrieben durch die zunehmende Etablierung der Marke Kneipp bei Endverbrauchern und den Ausbau des medizinischen Handelsgeschäfts der NOGE-Gruppe.

Die Umsetzung des Programms HARTMANN 2011 mit hoher Intensität wird uns helfen, die Profitabilität

zu verbessern und somit das operative Konzernergebnis zu steigern. Diese Einschätzung basiert auf der Annahme, dass sich die negativen Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf unsere Märkte in Grenzen halten und insbesondere Währungsveränderungen nicht zu nachhaltigen Belastungen führen.

Ihnen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, möchte ich zum Schluss noch einmal herzlich für das große Vertrauen danken, mit dem Sie uns auch im vergangenen Jahr wieder begleitet und unterstützt haben. Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.