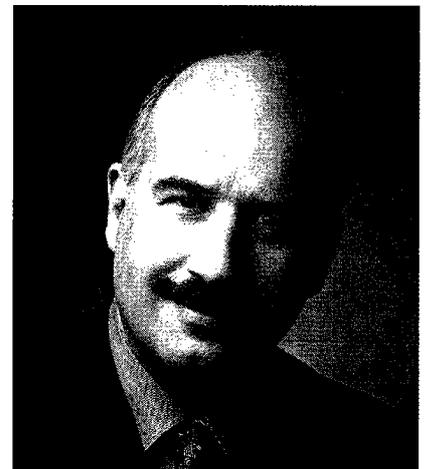




Wolfgang E. Müller

Wir konnten im Geschäftsjahr 2000 alle wesentlichen Geschäftszahlen verbessern



Daniel Reinhard

Sprecher des Vorstands der Salamander AG
in der Hauptversammlung am 20. Juni 2001

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

zur Hauptversammlung des SALAMANDER-Konzerns darf ich Sie im Namen des gesamten Vorstands sehr herzlich hier in Kornwestheim auf dem Salamander-Areal begrüßen und willkommen heißen.

Das Geschäftsjahr 2000 war für den SALAMANDER-Konzern von bedeutenden unternehmerischen Entscheidungen und Weichenstellungen geprägt. Ich denke, es ist nicht übertrieben, wenn ich heute feststelle:

Unser Konzern hat im Geschäftsjahr 2000 mehrmals für Schlagzeilen gesorgt, aber diesmal – und das freut uns natürlich ganz besonders – ausschließlich für positive:

- ▷ Wir haben beim Umsatz um 44 Prozent, beim Betrieblichen Ergebnis um 32 Prozent und beim Jahresüberschuss um 61 Prozent zugelegt.
- ▷ Wir haben unsere Sparte Salamander Service durch den Erwerb der APCOA Parking AG sowie den Erwerb der Mehrheit an der Euro-

Sourceline GmbH entscheidend gestärkt. Die Sparte Service stand im Geschäftsjahr 2000 mit einem Gesamtumsatz von 1,25 Mrd. DM und einem hervorragenden Ergebnis an der Spitze aller vier Sparten.

Das Geschäftsjahr 2000 war für den Salamander-Konzern von bedeutenden unternehmerischen Entscheidungen und Weichenstellungen geprägt.

- ▷ Wir haben in der Sparte Salamander Markenbereich Schuhe den Break-Even erreicht.
- ▷ Wir haben ebenfalls in der Sparte Salamander Markenbereich Schuhe die Lizenzmarke Camel Boots durch die neugeschaffene Marke YELLOMILES ersetzt, deren dynamische Markteinführung seit Beginn diesen Jahres eine erfolgreiche Zukunft verspricht.
- ▷ Wir haben in der Sparte Salamander Einzelhandel Schuhe gegen

den Markttrend den Umsatz um 7 Prozent und das Ergebnis um 63 Prozent gesteigert und damit eine für den Einzelhandel hervorragende Umsatzrendite von 4,3 Prozent erreicht.

- ▷ Wir haben auch in der Sparte Salamander Industrie den Umsatz und das Ergebnis deutlich gesteigert und eine respektable Umsatzrendite von 6,4 Prozent erreicht.
- ▷ Und wir haben mit der EnBW AG, die bekanntlich seit dem Geschäftsjahr 2000 rund 95 Prozent der Anteile an unserem Unternehmen hält, einen starken und zuverlässigen Mehrheitsaktionär, der unsere Wachstumsstrategie fördert und unterstützt.

Insgesamt konnten wir gegenüber 1999 alle wesentlichen Geschäftszahlen verbessern.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung

Wir haben beim *Umsatz* um rund 44 Prozent zugelegt, und zwar von 1,58 Mrd. DM auf 2,26 Mrd. DM; da-

von entfallen 5 Prozent auf inneres Wachstum.

Im *Inland* stieg das Geschäftsvolumen um 18,2 Prozent auf 1,37 Mrd. DM.

Das *Auslandsgeschäft* erreichte mit 890,0 Mio. DM (413,1 Mio. DM) einen Anteil von 39,3 Prozent am Konzernumsatz (Vorjahr 26,2 Prozent).

Das *betriebliche Ergebnis* konnten wir von 69,6 Mio. DM auf 92,1 Mio. DM, d. h. um 32 Prozent steigern. Damit stieg die Umsatzrendite auf 4,1 Prozent (2,1 Prozent, bereinigt um außerordentliche Erträge). Bereinigt um die außerordentlichen Erträge aus Immobilienverkäufen des Jahres 1999 in Höhe von 36,7 Mio. DM betrug der Anstieg sogar 180 Prozent.

Das Jahresergebnis vor Ertragssteuern haben wir um mehr als 44 Prozent auf 46,3 Mio. DM gesteigert.

Das *Jahresergebnis vor Ertragssteuern* haben wir um mehr als 44 Prozent auf 46,3 Mio. DM (32,1 Mio. DM) gesteigert.

Der *Jahresüberschuss im Konzern* stieg auf 28,4 Mio. DM (17,6 Mio. DM), in der SALAMANDER AG auf 23,5 Mio. DM (20,1 Mio. DM).

Der *Cash flow* aus der laufenden Geschäftstätigkeit (DRS 2) nahm um 104,1 Prozent auf 108,6 Mio. DM (53,2 Mio. DM) zu.

Rücklagen gestärkt und Dividende angehoben

Nach Einstellung von 10,0 Mio. DM in die anderen Gewinnrücklagen beträgt der Bilanzgewinn der SALAMANDER AG 14.188.769,14 DM. Wir schlagen der Hauptversammlung vor, hieraus 14.040.997,50 DM zur Ausschüttung einer Dividende von 0,75 DM (Vorjahr 0,50 DM) je Stückaktie zu verwenden und den verbleibenden Betrag von 147.771,64 DM auf neue Rechnung vorzutragen. Einschließlich der Steuergutschrift von 0,09 DM erhalten anrechnungsbere-

rechtigte Aktionäre damit 0,84 DM (Vorjahr 0,72 DM) je Aktie.

Markenbereich Schuhe – Wende zum positiven Ergebnis

Die Schuhbranche war auch im vergangenen Geschäftsjahr von einem Verdrängungswettbewerb geprägt. Es hat sich gezeigt, dass sich langfristig nur Unternehmen erfolgreich durchsetzen, die über eine klare strategische Ausrichtung, ein unverwechselbares Markenprofil, Führungskompetenz und die entsprechende Finanzkraft verfügen.

Der *Salamander Markenbereich Schuhe* hat im Geschäftsjahr 2000 einen weiteren Schritt in Richtung Konsolidierung gemacht. Trotz logistischer Probleme mit einem beauftragten Partner konnte die Sparte ihren Umsatz mit 490,3 Mio. DM fast auf Vorjahreshöhe (500,8 Mio. DM) halten. Der Exportanteil stieg von 36,9 Prozent auf 39,9 Prozent.

Das betriebliche Ergebnis verbesserte sich weiter auf 0,3 Mio. DM gegenüber -7,2 Mio. DM im Jahr 1999.

Dazu haben alle unsere Marken – Salamander, Lurchi, Sioux, Apollo, Betty Barclay Shoe Fashion und YELLOMILES – durch hohe Qualität

Wir schlagen vor, 14.040.997,50 DM zur Ausschüttung einer Dividende von 0,75 DM (Vorjahr 0,50 DM) je Stückaktie zu verwenden.

und eine ausgefeilte Markenstrategie beigetragen. Auch das Schuhpflegeangebot der Melvo-Vertriebsgesellschaft mbH leistete einen wesentlichen Beitrag zu Umsatz und Ergebnis.

Der fortschreitende Erfolg der Sparte und aller ihrer Marken ist das Ergebnis unserer konsequenten Restrukturierungsarbeit.

Alle Schuhmarken haben ihre Marktposition gestärkt

Alle sechs Schuhmarken konnten im Geschäftsjahr 2000 ihre Marktposition stärken.

Die *Marke SALAMANDER* haben wir weiter konsequent im höherwertigen Segment positioniert. Mit einer aufmerksamkeitsstarken Printmedien-Kampagne haben wir die Marke in den Köpfen der Verbraucher etabliert. Dadurch hat sich der Umsatz auf dem Niveau des Vorjahres stabilisiert und die Ergebnissituation deutlich verbessert. Parallel dazu werden in allen großen Städten Citylights geschaltet. Diese Leuchtreklame an Bus- und Straßenbahnhaltestellen macht zusätzlich auf die neue Salamander-Kollektion aufmerksam.

Die Marke SALAMANDER haben wir weiter konsequent im höherwertigen Segment positioniert.

Für die *Marke Lurchi* haben wir ebenfalls kräftig die Werbetrommel gerührt. Die frühere Submarke von Salamander haben wir als eigenständige und lizenzfähige Marke im Kinderschuhbereich etabliert. Mit TV-Sponsoring im ZDF-Fernsehgarten und Lurchi-Trickfilmen als witzigen Werbeunterbrechungen von Kindersendungen erreichen wir Millionen von Zuschauern. Auch in ganzseitigen Anzeigen in Kinderheften sowie Elternzeitschriften ist die Marke Lurchi repräsentativ vertreten.

Betty Barclay Shoe Fashion verzeichnete eine rege Nachfrage. Dies erreichte die Marke vor allem durch ihre modisch orientierte Kollektion im hochpreisigen Segment.

Die wichtigste strategische Entscheidung und deren operative Umsetzung im Bereich Schuhe war im vergangenen Jahr – wie bereits erwähnt – der Aufbau der *neuen Marke YELLOMILES*. Den Lizenzvertrag für Camel Boots haben wir mit Wirkung zum 31. Dezember 2000 gekündigt,

weil unsere Produktphilosophie nicht mehr mit der des Lizenzgebers in Einklang zu bringen war. Salamander sieht sich aufgrund eigener Kollektions-, Produktions- und Marketingkompetenz und dank eines bestens eingeführten Verkaufsteams in der Lage, erfolgreich eine neue Marke in den internationalen Märkten zu etablieren.

Diverse Events – zum Beispiel eine Veranstaltung im Schöneberger Rathaus in Berlin und eine Modenschau anlässlich der Präsentation des Porsche Turbo im Stuttgarter Porsche-Werk – halfen dabei, innerhalb eines gesamtheitlichen Kommunikationskonzeptes den Bekanntheitsgrad der neuen Marke zu verstärken.

Die rege Ordertätigkeit des Handels im Herbst und Winter 2000 für YELLOMILES erfüllt unsere eigenen Erwartungen: Auf Basis der heute vorliegenden Zahlen können wir davon ausgehen, im ersten Jahr nach der Markeneinführung bereits eine Million Paar Schuhe unserer neuen Marke absetzen zu können.

Die Marke *Sioux* hat sich als eine der führenden Marken, primär im Bereich Herrenschuhe, nachhaltig etabliert und ihren Umsatz gesteigert. Dieser Markterfolg wirkte sich auch positiv auf die Damenkollektion von *Sioux* aus.

Die wichtigste strategische Entscheidung und deren operative Umsetzung im Bereich Schuhe war im vergangenen Jahr der Aufbau der neuen Marke YELLOMILES.

Die Marke *Apollo* wurde zum Synonym für hochwertige Herrenschuhe entwickelt. Sowohl qualitativ als auch modisch steht *Apollo* in einer Reihe mit den besten Marken in Europa und Amerika.

Die Schuhpflegemittel der *Melvo-Vertriebsgesellschaft* mbH verzeichneten auch im Geschäftsjahr 2000

eine positive Umsatzentwicklung und ein überdurchschnittliches Ergebnis.

Erfreulich ist die Steigerung der Exporte in die GUS-Staaten, die sich im Jahr 2000 fortsetzte. Dazu trugen auch gezielte Werbemaßnahmen sowie die Akquisition neuer Vertriebspartner bei.

Die Marke *Apollo* wurde zum Synonym für hochwertige Herrenschuhe entwickelt.

Einen neuen Markt erschließt sich *Melvo* seit dem vergangenen Geschäftsjahr mit der Marke „*Woly Sport*“, die im Sportartikelhandel als Textil- und Lederpflegemittel angeboten wird.

Sparte Salamander Einzelhandel Schuhe entwickelt sich gegen Markttrend positiv

Am *Schuh-Einzelhandel* ging der wirtschaftliche Aufschwung in Deutschland und in den relevanten europäischen Märkten im vergangenen Jahr weitgehend vorbei. Der anhaltend scharfe Verdrängungswettbewerb zwang mehrere Anbieter zum Verkauf oder gar zur Aufgabe ihrer Aktivitäten. Folge: Das mittlere Marktsegment schrumpft weiter, der gesamte Schuhmarkt formiert sich neu.

Vom Ausleseprozess profitieren auf der einen Seite die Anbieter im untersten Preissegment, auf der anderen die qualitätsorientierten Markenartikelhersteller im oberen Marktsegment.

Die Sparte *Salamander Einzelhandel Schuhe* gehört mit insgesamt 232 (233) Filialen zu den Gewinnern im Schuhhandel. Unsere Organisation konnte sowohl die Umsatzerlöse als auch das Ergebnis gegen den Markttrend steigern – Letzteres zum siebten Mal in Folge. Alle Landesgesellschaften trugen zum Erfolg des vergangenen Geschäftsjahres bei und ermöglichten einen Umsatzanstieg auf 405,1

Mio. DM (379,4 Mio. DM). Das bedeutet eine Zunahme von 7 Prozent.

Das betriebliche Ergebnis verbesserte sich um 63 Prozent auf 17,6 Mio. DM (10,8 Mio. DM). Damit erreicht unsere Umsatzrendite eine für den Einzelhandel hervorragende Marke von 4,3 Prozent (2,8 Prozent).

Diese weit über dem Branchendurchschnitt liegende Entwicklung verdanken wir in erster Linie unserer modischen Kompetenz sowie der hohen Qualität unserer Kollektionen. Auch neu eröffnete Geschäfte in besten Lagen haben zu diesem Ergebnis beigetragen.

Im einzelnen ergibt sich für unsere Handelsgesellschaften folgendes Bild:

▷ Der von einem scharfen Verdrängungswettbewerb und heftigen Preiskämpfen geprägte *deutsche Markt* wuchs im vergangenen Jahr erstmals wieder moderat um 1,5 Prozent. Die Salamander Schuhhandelsgesellschaft mbH konnte dabei bei einem Umsatzanstieg um 5,8 Prozent auf 276,1 Mio. DM überdurchschnittlich zur Marktentwicklung profitabel wachsen. Unsere 114 Filialen festigen ihre Position als Anbieter hochwertiger, modischer Kollektionen; sie erwirtschafteten – auch durch konsequentes Kostenmanagement – im Vergleich zum Vorjahr ein deutlich gestiegenes Ergebnis.

Das betriebliche Ergebnis der Sparte Salamander Einzelhandel Schuhe verbesserte sich um 63 Prozent auf 17,6 Mio. DM.

▷ Die *österreichische Handelsorganisation Salamander Austria Ges. mbH* konnte ihre Position auf dem für Salamander größten Auslandsmarkt stärken und bei einer ausgezeichneten Rendite ihren Umsatz steigern.

▷ Die *Salamander France S. A.* hat sich im vergangenen Geschäftsjahr

positiv entwickelt. Umsatz und Ergebnis entwickelten sich deutlich besser als der Branchendurchschnitt.

- ▷ In Ungarn blieb die Konsumneigung im vergangenen Jahr gedämpft. Dies war sicher auch eine Nachwirkung des Kosovo-Krieges. Trotzdem steigerte die *Salamander Hungaria Kft.* ihren Umsatz um weitere 10 Prozent.
- ▷ In *Polen/Tschechien* hat der Einzelhandel Schuhe erfreuliche Fortschritte erzielt. In beiden Ländern konnten wir Umsatz und Ergebnis steigern.

Mit der schrittweisen Übernahme von 98,7% der Aktien der APCOA Parking AG konnten wir beim Ausbau der Sparte Salamander Service einen wichtigen Meilenstein setzen.

Soweit meine Ausführungen zu den Sparten Salamander Markenbereich Schuhe und Salamander Einzelhandel Schuhe. Ich darf an dieser Stelle das Wort an meinen Vorstandskollegen – Herrn Müller – übergeben, der über die Sparten Salamander Service und Salamander Industrie berichtet wird.

Salamander Service mit hohem Wachstum bei Umsatz und Ertrag

Die *Sparte Dienstleistungen*, die wir im vergangenen Jahr als *Salamander Service* neu positioniert haben, steigerte durch Akquisitionen und organisches Wachstum ihren Umsatz im Geschäftsjahr 2000 um mehr als 100 Prozent auf 1,25 Mrd. DM (590,6 Mio. DM). Durch die Übernahme der APCOA Parking AG und ein wirkungsvolles Kostenmanagement konnten wir das betriebliche Ergebnis um mehr als 170 Prozent auf 75,5 Mio. DM (27,6 Mio. DM) steigern.

Mit der schrittweisen Übernahme von 98,7 Prozent der Aktien der APCOA Parking AG, Stuttgart, Europas größtem Parking-Unternehmen, konnten wir beim Ausbau der Sparte Salamander Service einen wichtigen Meilenstein setzen.

Darüber hinaus erwarb die *DIW Deutsche Industriewartung AG*, Stuttgart, rückwirkend zum 1. Januar 2000 25,2 Prozent der Geschäftsanteile an der *Hörmann Industrietechnik GmbH & Co. KG*, Kirchseeon.

Salamander übernahm weiterhin die Mehrheit an der *DIW SourceLine GmbH* und firmierte das Unternehmen in *EuroSourceLine GmbH* um. In diesem Zusammenhang wurde der Spezialist für die professionelle Beschaffung von Hilfs- und Betriebsstoffen aus der DIW ausgegliedert und direkt an die Salamander AG angebunden.

Das organische Wachstum aller Aktivitäten der Service-Sparten brachte ein Umsatzplus von rund 8 Prozent.

Die Umsatzrendite erreichte erfreuliche 6,0 Prozent (4,7 Prozent). Die Investitionen der Sparte addierten sich – einschließlich des Erwerbs der APCOA-Gruppe – auf 427,4 Mio. DM (26,4 Mio. DM). Die Zahl der

Salamander übernahm weiterhin die Mehrheit an der DIW SourceLine GmbH und firmierte das Unternehmen in EuroSourceLine GmbH um.

Mitarbeiter erhöhte sich infolge dieser Akquisitionen auf 9.019 (5.510).

APCOA Parking AG stärkt Service-Angebot von Salamander

Die im vergangenen Geschäftsjahr zu 98,5 Prozent übernommene APCOA-Gruppe ist auf die Planung und das Management von Parkräumen und Parkflächen spezialisiert. Sie betreibt in Deutschland und zehn

weiteren europäischen Ländern an insgesamt 1.198 (916) Standorten rund 530.000 (401.000) Stellplätze. Allein im vergangenen Geschäftsjahr nahm die APCOA-Gruppe 258 neue Verträge für 280 Standorte mit rund 130.000 Stellplätzen in ihr Portfolio. Weitere 35 Verträge mit über 25.000 Stellplätzen kamen durch neu erworbene Gesellschaften in Großbritannien und Deutschland hinzu. Damit ist die APCOA-Gruppe größter Parkraumbewirtschafter Europas.

Die APCOA-Gruppe ist größter Parkraumbewirtschafter Europas.

Die Gesellschaft investierte im Jahr 2000 insgesamt 29,7 Mio. DM in Sachanlagen. Die Zahl der Mitarbeiter lag zum Jahresende europaweit bei rund 2.900.

Den Umsatz konnte die APCOA-Gruppe auf 614,8 Mio. DM gegenüber 454,9 Mio. DM im Vorjahr steigern. Dieses hervorragende Umsatzplus von 35 Prozent kam primär aus organischem Wachstum.

Auch beim betrieblichen Ergebnis gelang der Gruppe im vergangenen Geschäftsjahr eine deutliche Steigerung um ebenfalls 35 Prozent auf 47,1 Mio. DM (35,0 Mio. DM).

APCOA versteht sich als reiner Dienstleister auf dem Gebiet Parking und Parkraum-Management. Das heißt, die Gesellschaft besitzt keine eigenen Immobilien, sondern bewirtschaftet gepachtete Flächen oder erbringt entsprechende Service-Leistungen auf Basis von Management-Verträgen. APCOA investiert in modernste Automatisierung und stellt fachkundiges Personal für Betrieb, Überwachung und Instandhaltung von Parkieranlagen. Außerdem berät der Bereich APCOA Consulting Bauherren von Parkhäusern schon in der Planungsphase, wie sie den Parkbereich ihrer Objekte optimal auslegen sollen.

Vor allem in Großbritannien spielt das sogenannte On-Street Parking eine zunehmende Rolle. Das bedeu-

tet: Öffentlicher Parkraum von Kommunen und Städten wird von privaten Dienstleistern im Rahmen von Geschäftsbesorgungsverträgen bewirtschaftet. Auf dieser Basis managt APCOA Parking Ltd. (UK) rund 140.000 Stellplätze (Stand 31.12.2000).

Mit dem Erwerb von APCOA hat die Salamander AG die Voraussetzung geschaffen, ihre Sparte Salamander Service zu einem führenden europäischen Dienstleister auszubauen.

DIW-Gruppe entwickelt sich positiv

Die Gesellschaften der DIW Deutsche Industriewartung AG profitierten auch im vergangenen Jahr vom anhaltenden Trend zum Outsourcing betrieblicher Dienstleistungen.

Bereinigt um die gesellschaftrechtlichen Veränderungen steigerten die Unternehmen der DIW-Gruppe ihren Umsatz im vergangenen Jahr um 4,8 Prozent auf 551,6 Mio. DM. Das betriebliche Ergebnis lag mit 25,7 Mio. DM fast auf Vorjahresniveau (25,9 Mio. DM). Damit konnten die Gesellschaft und ihre operativen Töchter die aus arbeits- und sozialrechtlichen Änderungen entstandenen Belastungen des Vorjahres kompensieren.

APCOA versteht sich als reiner Dienstleister auf dem Gebiet Parking und Parkraum-Management.

Die Unternehmen der DIW Deutsche Industriewartung AG beschäftigten rund 5.800 Mitarbeiter.

▷ Die DIW Instandhaltung GmbH, Stuttgart, größte Einzelgesellschaft der DIW-Gruppe, konnte ihren Umsatz auch im vergangenen Jahr wieder zweistellig um 11 Prozent auf 387,0 Mio. DM (347,1 Mio. DM) steigern – ein Erfolg, der deutlich über dem Zuwachs der Branche liegt. Das entsprechende betriebliche Ergebnis beträgt 27,8 Mio. DM (34,7 Mio. DM).

▷ In Österreich hat die DIW Instandhaltung GmbH, Wien, ihre Position gefestigt. Der Umsatz ging zwar leicht auf 54,9 Mio. DM (56,7 Mio. DM) zurück. Das betriebliche Ergebnis konnte jedoch von 1,5 Mio. DM auf 2,8 Mio. DM nahezu verdoppelt werden.

Das betriebliche Ergebnis der Unternehmen der DIW-Gruppe lag mit 25,7 Mio. DM fast auf Vorjahresniveau.

Die Neuausrichtung der DIW Indumont GmbH konnte im Geschäftsjahr 2000 weitgehend abgeschlossen werden.

Das Unternehmen erreichte eine Umsatzgröße von 111,1 Mio. DM (126,4 Mio. DM), die eine gesunde Basis für weiteres profitables Wachstum bildet. Mit der neuen Ausrichtung wurde dank günstigerer Kostenstrukturen die Wettbewerbsfähigkeit der DIW Indumont nachhaltig verbessert. Das betriebliche Ergebnis verbesserte sich von – 4,7 Mio. DM auf 1,6 Mio. DM. Die Zahl der Mitarbeiter blieb mit 886 fast auf Vorjahresniveau (891).

Innovative Serviceangebote: Beschaffung und Sicherheit

Im Zuge der Neuordnung unserer Sparte Salamander Service haben wir im Oktober 2000 die im Vorjahr mit der Freudenberg & Co., Weinheim, als Joint Venture gegründete *DIW SourceLine* aus der DIW-Gruppe ausgegliedert und in *EuroSourceLine GmbH*, Karlsruhe, umfirmiert.

Nach Übernahme von zusätzlichen Anteilen von Freudenberg hat Salamander nun die Mehrheit und die unternehmerische Führung. Die Gesellschaft mit Sitz in Karlsruhe bietet industriellen Kunden die professionelle Beschaffung von Hilfs- und Betriebsstoffen sowie die gesamten Beschaffungs- und Logistikfunktionen.

Schon im zweiten Jahr ihres Bestehens konnte die EuroSourceLine

ihren Umsatz von 48,0 Mio. DM auf 95,4 Mio. DM fast verdoppeln. Das betriebliche Ergebnis verbesserte sich von 1,0 Mio. DM auf 2,5 Mio. DM.

Die im Jahr 1999 mehrheitlich übernommene *Objektschutzdienst Schäfer GmbH* ergänzt das Leistungsangebot der Sparte Salamander Service um den Objektschutz für Kernkraftwerke. Das Unternehmen setzte mit rund 242 (124) Mitarbeitern im vergangenen Jahr 16,2 Mio. DM (10,6 Mio. DM) um. Das betriebliche Ergebnis erreichte mit 1,2 Mio. DM etwa Vorjahreshöhe (1,3 Mio. DM).

Salamander Industrie: Mit Innovation und Kundenorientierung zum Erfolg

Die Sparte *Salamander Industrie* konnte ihren Umsatz im Geschäftsjahr 2000 auf 187,1 Mio. DM (179,8 Mio. DM) steigern und ein betriebliches Ergebnis von 11,2 Mio. DM (8,4 Mio. DM) erwirtschaften. Bereinigt um die im Jahr 2000 veräußerte Robus Leather stieg der Umsatz um 10,4 Prozent von 163,6 Mio. DM auf 180,6 Mio. DM und das betriebliche Ergebnis um 18,6 Prozent auf 11,5 Mio. DM.

Schon im zweiten Jahr ihres Bestehens konnte die EuroSourceLine ihren Umsatz von 48,0 Mio. DM auf 95,4 Mio. DM fast verdoppeln.

Die Umsatzrendite erreichte mit 6,4 Prozent (5,9 Prozent) wieder eine respektable Höhe.

Die im *Bereich Kunststofftechnik* dominierenden Kunststofffensterprofile konnten im vergangenen Geschäftsjahr durch deutliche Zuwächse in Polen und Russland, aber auch in Frankreich und Italien die Folgen der anhaltend schwachen Baukonjunktur in Deutschland mehr als ausgleichen. Zudem gewannen Kunststofffenster gegenüber den anderen Rahmenmaterialien weitere Marktanteile hinzu. Der

Umsatz stieg um 9 Prozent auf 111,4 Mio. DM (102,3 Mio. DM).

Allerdings beeinflussten die zeitweilig bis zu 100-prozentigen Preissteigerungen für Vorprodukte die Ertragslage.

Die Sparte Salamander Industrie konnte ihren Umsatz im Geschäftsjahr 2000 auf 187,1 Mio. DM (179,8 Mio. DM) steigern.

Erfreuliche Umsatz-Zuwächse, die unsere Prognosen übertrafen, verzeichneten die Technischen Teile, vor allem in der Medizintechnik, in der Automobil- und der Computerindustrie, und zwar von 10,0 Mio. DM auf 14,0 Mio. DM Umsatz.

Der Bereich *Lederfaserstoffe* (Lefa), der sich in einem harten Substitutionswettbewerb behaupten muss, erschloss sich auf ausländischen Märkten, aber auch mit kostengünstigen Problemlösungen in der Schuh- und Lederwarenindustrie zusätzliches Geschäftspotential. Dadurch steigerte der Bereich den Umsatz auf 40,4 Mio. DM (38,4 Mio. DM) und das Ergebnis auf 2,2 Mio. DM (0,1 Mio. DM).

Der Geschäftsbereich *Dicht- und Klebetechnik* erreichte mit 19,9 Mio. DM (20,1 Mio. DM) knapp die Umsatzgröße des Vorjahres.

Holding und Immobilien

Die Salamander AG fungiert als *Holding* des Salamander-Konzerns mit dem *Geschäftsfeld Immobilien*. Sie koordiniert auch zentral die Finanzierung des Konzerns. Bereinigt um die im Vorjahr enthaltenen Veräußerungsgewinne aus dem Verkauf von nicht betriebsnotwendigen Grundstücken ging das betriebliche Ergebnis um 5,8 Mio. DM auf -12,5 Mio. DM zurück. Maßgeblich hierfür sind rückläufige Kostenverrechnungen an Dritte und niedrigere neutrale Erträge. Diese Erträge resultierten im Vorjahr im Wesentlichen aus aufgelösten Rückstellungen und aus herabge-

setzten Wertberichtigungen für ausstehende Forderungen.

Wesentlicher Schwerpunkt der Aktivitäten des *Geschäftsfeldes Immobilien* im Geschäftsjahr war die Entwicklung des Salamander-Areals in Kornwestheim. Im Jahr 2000 wurden rund 6.000 qm früherer Produktions- und Lagerflächen aus der Schuhherstellung in moderne Büroflächen umgewandelt. Hierfür wurden mehrere renommierte Unternehmen aus den Bereichen innovative Technik und Telekommunikation als Mieter gewonnen.

Investitionen: Konsequente Fortsetzung der Expansions- und Modernisierungspolitik

Der Salamander-Konzern hat im Geschäftsjahr 2000 seine Expansions- und Modernisierungspolitik mit einem Investitionsvolumen von 453,1 Mio. DM (67,4 Mio. DM) für immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen sowie 21,7 Mio. DM (1,7 Mio. DM) für Finanzanlagen konsequent fortgesetzt. Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen betragen 68,8 Mio. DM (57,2 Mio. DM).

Wesentlicher Schwerpunkt der Aktivitäten des Geschäftsfeldes Immobilien war die Entwicklung des Salamander-Areals in Kornwestheim.

In der Sparte Markenbereich Schuhe wendeten wir insgesamt 9,8 Mio. DM (13,4 Mio. DM) vorwiegend für die Modernisierung unseres Maschinenparks in den Produktionsstätten in Ungarn, Portugal und Deutschland auf.

Für die Eröffnung von vier neuen Filialen und die Gestaltung eines einheitlichen Ladenbaukonzeptes gaben wir in der Sparte Einzelhandel Schuhe 16,6 Mio. DM (15,3 Mio. DM) aus.

In der Sparte Salamander Service investierten wir – wie bereits ausge-

führt – 427,4 Mio. DM (26,4 Mio. DM) in den Erwerb von Anteilen an der APCOA Parking AG und der Hörmann Industrietechnik GmbH & Co. KG, sowie auftragsbezogen in Standorte und technische Ausrüstungen.

Wegen des dynamischen Umsatzwachstums flossen in der Sparte Salamander Industrie Investitionsmittel vor allem in die Erweiterung der Produktionskapazitäten und die Modernisierung des Maschinenparks. Insgesamt investierte die Sparte 16,4 Mio. DM (10,6 Mio. DM).

Mitarbeiter

Zum Jahresende 2000 beschäftigte der Konzern 15.010 (11.734) Mitarbeiter. Dies waren 3.276 oder 28 Prozent mehr als zum Vergleichszeitpunkt des Vorjahres. Grund für das

Zum Jahresende 2000 beschäftigte der Konzern 15.010 (11.734) Mitarbeiter.

Wachstum ist vor allem die Übernahme der APCOA-Gruppe mit 2.904 Mitarbeitern (31.12.2000).

Die Akquisition der APCOA Parking AG und der Ausbau unseres angestammten Dienstleistungsgeschäfts bei der DIW Deutsche Industriewartung AG sowie bei der EuroSourceLine GmbH ließ die Zahl der Mitarbeiter in der Sparte Salamander Service von 5.510 auf 9.019 ansteigen.

Dagegen wurden im Salamander Markenbereich Schuhe die beschlossenen Personalmaßnahmen des Restrukturierungsprogramms weiter umgesetzt.

Im Zusammenhang mit dem Outsourcing der Fertigwarenlogistik kam es zu Personalmaßnahmen und Austritten, die zu einem Rückgang der Mitarbeiterzahl auf 3.383 (3.542) führten.

In den Gesellschaften der Sparte Einzelhandel Schuhe blieb der Personalbestand weitgehend stabil mit ei-

ner deutlichen Tendenz zu mehr Teilzeitarbeit.

Die Zahl der Mitarbeiter in der Sparte Salamander Industrie verringerte sich um 58 auf 584 Beschäftigte. Dieser Rückgang ist vor allem auf den Verkauf der US-Gesellschaft Robus Leather Inc. zurückzuführen.

Insgesamt waren für den Salamander-Konzern 8.075 Mitarbeiter im Inland und 6.935 Mitarbeiter im Ausland tätig.

Weiterhin solide Bilanzstruktur

Der Anstieg der *Bilanzsumme* von 1.060,7 Mio. DM auf 1.661,3 Mio. DM resultiert im Wesentlichen aus der im Geschäftsjahr 2000 erworbenen APCOA-Gruppe und deren Finanzierung.

Das *Eigenkapital* deckt 31,5 Prozent (48,7 Prozent) der Bilanzsumme.

Der Salamander-Konzern verfügt damit nach wie vor über eine solide Bilanzstruktur.

DVFA-Ergebnis und Jahresüberschuss

Das Ergebnis nach *DVFA/SG* (neues Ermittlungsschema) erreichte ohne Berücksichtigung der Verrechnungen von Geschäftswerten mit Rücklagen 10,0 Mio. DM. Das Ergebnis des Vorjahres, bereinigt um

Die Bilanzsumme stieg von 1.060,7 Mio. DM auf 1.661,3 Mio. DM.

die Gewinne aus den Sale und lease back-Geschäften sowie nach Anpassung von Bewertungsänderungen, die in 2000 durchgeführt wurden, betrug 2,3 Mio. DM. Damit ergibt sich eine Zunahme gegenüber dem Vorjahr von 7,7 Mio. DM.

Das *Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit* erhöhte sich von 67,6 Mio. DM auf 72,1 Mio. DM.

Das *außerordentliche Ergebnis* von – 23,6 Mio. DM (– 31,9 Mio. DM) ist einerseits auf die planmäßige weitere Restrukturierung im Markenbereich

Schuhe (18,8 Mio. DM) und andererseits auf Aufwendungen im Zusammenhang mit der Trennung von unserem Engagement in den USA (4,8 Mio. DM) zurückzuführen.

Der Jahresüberschuss stieg deutlich auf 28,4 Mio. DM (17,6 Mio. DM).

Der *Jahresüberschuss* stieg deutlich auf 28,4 Mio. DM (17,6 Mio. DM).

Finanzierung der Akquisitionen – teilweise aus eigenen Mitteln

Der *Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit* hat sich gegenüber dem Vorjahr auf 108,6 Mio. DM verdoppelt. Die Steigerung resultiert im Wesentlichen aus dem erhöhten Jahresüberschuss, den gestiegenen Abschreibungen auf Gegenständen des Anlagevermögens sowie der Zunahme von Rückstellungen. Der *Cash flow der Investitionstätigkeit* (– 562,5 Mio. DM) wird geprägt durch den Erwerb von Unternehmen. Der Konzern konnte die Investitionen teilweise aus eigenen Mitteln finanzieren. Deshalb beträgt der *Cash flow aus der Finanzierungstätigkeit* 269,9 Mio. DM.

Ein wesentlicher Teil der für die zukünftige Expansion durchgeführten Investitionen konnte somit aus eigener Kraft finanziert werden.

Aktives Risikomanagement

Der Salamander-Konzern hat auch im vergangenen Geschäftsjahr das *konzernweite Risikomanagementsystem* weiterentwickelt. Dabei legten wir einen Schwerpunkt darauf, die interne Revision zur Überprüfung der Funktionsfähigkeit des bestehenden Risikomanagements weiter auszubauen.

Insgesamt gesehen ergeben die voneinander abweichenden Risikoprofile der Salamander-Sparten ein relativ niedriges und begrenztes Gesamtrisiko. Erkannte Erlös- und Kostenrisiken sind durch entsprechende

Vorsorgemaßnahmen berücksichtigt sowie in die Planung eingeflossen. Risiken der Marktakzeptanz von Salamander-Produkten sind naturbedingt von vorneherein nicht auszuschließen, werden jedoch durch eine adäquate Sortiments- und Standortpolitik optimiert.

Besondere Ereignisse nach Schluss des Geschäftsjahres

1. Rückwirkend zum 1. Januar 2001 werden die bisher in der Salamander Shoes & Trend Company GmbH geführten Marken *Salamander* und *Betty Barclay Shoe Fashion* sowie *YELLOMILES* in *eigenen Gesellschaften* geführt. Serviceleistungen und Querschnittsfunktionen, die alle Marken betreffen, wurden ebenfalls in einer Gesellschaft gebündelt. Die Gesellschaften firmieren wie folgt:

Rückwirkend zum 1. Januar 2001 werden die Marken Salamander und Betty Barclay Shoe Fashion sowie YELLOMILES in eigenen Gesellschaften geführt.

- ▷ Salamander Shoes & Trend Company GmbH für die Marken Salamander und Betty Barclay Shoe Fashion.
- ▷ YELLOMILES GmbH für die Marke YELLOMILES.
- ▷ Salamander International GmbH für Service und Querschnittsfunktionen.

Mit diesem Schritt wird das Markdenken der Verantwortlichen und ihrer Teams weiter fokussiert, um die Stärken der einzelnen Marken hinsichtlich Corporate Identity und Corporate Design auszubauen.

2. Die Salamander AG hat *75 Prozent der Aktien der Fricker Schuhe AG, Basel*, erworben. Die Fricker Schuhe AG ist im Schuheinzelhandel tätig und hat ein Geschäftsvolumen von über 40 Mio. DM.

Sie betreibt in der Schweiz in 7 Kantonen 23 Filialen mit rund 250 Mitarbeitern. Mit diesem Engagement hat Salamander seinen Auftritt als internationaler Anbieter von hochwertigen Schuhen weiter verstärkt.

Die Salamander AG hat 75% der Aktien der Fricker Schuhe AG, Basel, erworben.

3. Im Geschäftsjahr 2000 übernahm die J. M. Voith GmbH & Co. Beteiligungen KG (Voith) die bisher von der Energie Baden-Württemberg AG (EnBW) gehaltenen Aktien an der DIW Deutsche Industriewartung AG. Voith hält nunmehr 49,8 Prozent der Aktien an der DIW und Salamander 50,2 Prozent.

Ausblick

Die Prognosen für das Geschäftsjahr 2001 gehen für den EURO-Raum von einer Abschwächung des wirtschaftlichen Wachstums auf 2,5 Prozent bis 3,0 Prozent aus. In den USA soll sich die Konjunktur auf das gleiche Wachstumsniveau verlangsamen.

Für Deutschland erwarteten Konjunkturforscher und Bundesregierung eine Zunahme des Bruttoinlandsprodukts um 2,3 Prozent. Im Schuhbereich dürfte sich der Konsum aufgrund der bekannten Umfeldbedingungen (BSE, Maul- und Klauenseuche, Einführung Euro) im laufenden Jahr allerdings kaum beleben. Dagegen werden wie schon im Vorjahr unternehmensnahe Serviceangebote mit zunehmender Dynamik von Outsourcing und der Nachfrage nach professionellem Dienstleistungsmanagement profitieren.

Trotz dieser unterschiedlichen Rahmenbedingungen rechnen wir für unseren Konzern mit einer weiteren Zunahme der Umsätze und Erträge. Der Salamander-Konzern hat sich bis 2004 zum Ziel gesetzt, seinen Umsatz auf rund 4 Mrd. DM zu steigern. Dabei werden auf die Geschäftsfelder Service und Industrie rund 2,5 Mrd. DM entfallen, auf die Geschäftsfelder Markenbereich Schuhe und Einzelhandel Schuhe rund 1,5 Mrd. DM.

Perspektiven der Sparten

Wie bereits ausgeführt, deuten die Umfeldbedingungen nicht darauf hin, dass sich die Nachfrage nach Schuhen allgemein beleben wird. Für die in der Sparte *Salamander Markenbereich Schuhe* zusammengefassten Unternehmen mit ihren qualitativ und modisch hochstehenden Kollektionen hoffen wir, unsere Position auch in einem schwieriger werdenden Umfeld halten zu können. Mit der bereits erwähnten Umwandlung einzelner Marken in eigenständige GmbHs – rückwirkend zum 1. Januar 2001 – und der entsprechenden Fokussierung auf die relevanten Marktsegmente werden wir unsere Chancen noch besser nutzen können als bisher.

Der Salamander-Konzern hat sich bis 2004 zum Ziel gesetzt, seinen Umsatz auf rund 4 Mrd. DM zu steigern.

Auch die lebhafte Ordertätigkeit für unser neue Marke YELLOMILES führt dazu, dass sich der Umsatz dieser neuen Marke im ersten Jahr planmäßig entwickelt.

Die Sparte *Salamander Einzelhandel Schuhe* wird ihre Position als größter europäischer Markenanbieter durch organisches Wachstum und

durch Akquisitionen im In- und Ausland festigen.

Außerdem werden wir die Marktbearbeitung im Nahen und Fernen Osten verstärken und unsere Präsenz in diesen Regionen ausbauen. Wir rechnen auch im laufenden Geschäftsjahr mit überdurchschnittlich steigenden Umsätzen und Erträgen.

In der Sparte *Salamander Service* werden wir die Möglichkeiten, die sich aus unserer erweiterten Angebotspalette ergeben, konsequent nutzen. Durch organisches Wachstum ebenso wie durch Akquisitionen werden wir Umsatz und Ergebnis weiter steigern. Unser Ziel ist es dabei, uns zu einem führenden europäischen Serviceanbieter zu entwickeln.

Für den gesamten Konzern haben wir uns für das laufende Geschäftsjahr eine Umsatzsteigerung von mehr als 10 Prozent vorgenommen.

Die positiven Erwartungen für die Sparte *Salamander Industrie* stützen sich in der Kunststofftechnik auf die steigende Nachfrage in Europa nach unseren Kunststofffensterprofilen und technischen Teilen sowie auf neue Anwendungen für Lederfaserstoffe. Zusätzliches Absatzpotential für Lederfaserstoffe, technische Teile und die Dicht- und Klebtechnik sehen wir mittelfristig in der Automobilindustrie. Deshalb erwarten wir auch für diese Sparte insgesamt steigende Umsätze und Erträge.

Für den gesamten Konzern haben wir uns für das laufende Geschäftsjahr eine Umsatzsteigerung von mehr als 10 Prozent vorgenommen, d. h. wir rechnen mit einem Konzernumsatz von rund 2,5 Mrd. DM bei einem weiter verbesserten Ergebnis.