
Ein erfolgreiches Geschäftsjahr

François Dujardin

Vorstandsvorsitzender
der Saint-Gobain Oberland AG
in der Hauptversammlung am 20. Juni 2002



Sehr geehrte Aktionäre,
sehr geehrte Aktionärsvertreter,
meine sehr verehrten Damen und Herren,

im Namen des Vorstands heiße ich Sie herzlich willkommen zur diesjährigen Hauptversammlung der Saint-Gobain Oberland AG. Vor einem Jahr war dieser Name noch neu und für manchen ungewohnt. Heute, zwölf Monate später, können wir selbstbewusst feststellen:

- ▷ Der Name Saint-Gobain Oberland AG hat sich am Markt durchgesetzt.
- ▷ Unser Unternehmen hat ein erfolgreiches Geschäftsjahr hinter sich.
- ▷ Umsatz und Erlöse aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit sind gestiegen.
- ▷ Wir haben innovative Produkte in der Glasverpackung mit auf den Markt gebracht.
- ▷ Wir konnten unsere Qualitätsstandards weiter vorantreiben.
- ▷ Und dies bei nochmals verbesserter Effizienz der Produktion.

Dieser Erfolg beruht im Wesentlichen auf der Leistung und dem Einsatz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, auf allen Ebenen des Unternehmens. Lassen Sie mich deshalb an dieser Stelle zu allererst Dank sagen all jenen, die durch ihr Engagement diese positive Entwicklung unterstützt haben.

Nun zur Entwicklung des Marktes im Jahr 2001

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland haben sich im Jahr 2001 nicht verbessert. Die tragischen Ereignisse des 11. September haben sogar die Konjunktur allgemein gesehen deutlich verschlechtert. Zum Glück sind wir von dieser schwierigen Situation nicht so sehr betroffen worden.

Auf dem Inlandsmarkt für Glasverpackungen setzte sich die Entwicklung der letzten Jahre fort. Der Absatz der Behälterglas-Industrie im Inland ging insgesamt trotz einiger positiver Aspekte um 7,8 Prozent zurück. Grund hierfür ist vor allem das wei-

tere Vordringen von PET-Gebinden bei alkoholfreien Getränken wie Mineralwässer und Softdrinks. Das schwierige wirtschaftliche Umfeld sowie die Konkurrenz anderer Verpackungsmaterialien führten zu einem harten Verdrängungswettbewerb innerhalb der Behälterglas-Industrie. Die Mengen, die im Inland fehlten, konnten zum Teil durch Exportverkäufe ausgeglichen werden.

Dem Bereich Bauglas machte vor allem die schwache Baukonjunktur in Deutschland zu schaffen. Die Exportmärkte, abgesehen von den Monaten nach dem 11. September, blieben positiv orientiert.

Die Ergebnisse der Saint-Gobain Oberland AG im Einzelnen:

- ▷ Der Gesamt-Umsatz konnte nach einem leichten Rückgang im vergangenen Jahr wieder gesteigert werden, auf 329,3 Millionen Euro im Jahre 2001.
- ▷ Im Kerngeschäft Glasverpackungen lag der Absatz nahezu auf Vorjahresniveau, gegen den Trend der Branche insgesamt, die einen

Rückgang zu verzeichnen hatte. Dabei spielten die nochmals gesteigerten Exporte selbstverständlich eine wichtige Rolle.

Dies zeigt, dass es richtig war, unser Leistungsspektrum bei Glasverpackungen zu erweitern und vorrangig auf Qualität zu setzen. Die Glasverpackung steht heute für Qualität. Glas ist nicht nur die Verpackung mit dem größten Leistungsspektrum vor allem für Lebensmittel, Glas unterstützt auch hervorragend die Präsentation hochwertiger Produkte am Markt. Glasverpackungen spielen heute mehr denn je eine wichtige Rolle für die Markenidentität von Produkten. Es ist uns gelungen, dies unseren Kunden und Partnern zu vermitteln.

- ▷ Auch im Bereich Bauglas stiegen Umsatz wie Absatz, geprägt durch die ersten neun Monate des Jahres 2001. Wir sind in diesem Bereich weltweit ausgerichtet und damit mehr als im Bereich Behälterglas von der Weltkonjunktur abhängig. Auch hier gingen die positiven Zahlen vor allem vom Exportgeschäft aus. Die Aufwärtsentwicklung schwächte sich allerdings im letzten Quartal ab. Vor allem Innovationen wie z.B. der technisch aufwändige Rundstein machen den Glasstein noch vielfältiger einsetzbar in der modernen Licht-Architektur.

Für die Bilanzwerte der Saint-Gobain Oberland AG bedeutet dies:

- ▷ Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit stieg von 26 Millionen Euro im Jahr 2000 auf 44 Millionen Euro im Jahr 2001. Es liegt damit über dem langjährigen Durchschnitt. Dies ist zu verdanken
 - einer innovativen Produkt-Strategie,
 - einem wirkungsvollen Kostenmanagement
 - und einer nochmals gesteigerten Effizienz in der Produktion.
- ▷ Der Jahresüberschuss ist im Berichtsjahr auf 33,4 Millionen Euro

angestiegen. Das ist eine Steigerung von 13,1 Millionen Euro zum Ergebnis des Jahres 2000.

- ▷ Dieser Jahresüberschuss von 33,4 Millionen Euro wird zugleich als Bilanzgewinn ausgewiesen.

Meine Damen und Herren Aktionäre,

Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung vorschlagen, vom für das Geschäftsjahr 2001 ausgewiesenen Bilanzgewinn von 33,4 Millionen Euro für die Ausschüttung einer Dividende von 32,80 Euro je Stückaktie zu verwenden und 576 T Euro auf neue Rechnung vorzutragen. Der Gewinn je Aktie beträgt für inländische Steuerpflichtige nach DVFA 32,44 Euro.

Mit dieser sich nahezu auf Vorjahresniveau wiederholenden Dividende möchten wir die Aktionäre angemessen am Erfolg des Unternehmens beteiligen.

Nun darf ich Ihnen einige Leistungswerte aus dem Geschäftsbericht 2001 vermitteln.

- ▷ Der Cashflow aus dem Ergebnis hat sich um 4 Millionen Euro auf 63,9 Millionen Euro erhöht.
- ▷ Das Gesamtvermögen der Saint-Gobain Oberland AG ist um 5,4 Millionen Euro auf 230,7 Millionen Euro gestiegen.
- ▷ Das Eigenkapital hat zum Bilanzstichtag 31.12.2001 125,7 Millionen Euro betragen. Dies entspricht einer Eigenkapitalquote von 54,5 Prozent. Das Unternehmen steht damit auf einer soliden Finanzbasis. Dies ist für uns eine gute Ausgangslage für künftige Aktivitäten.
- ▷ Die Investitionen in Sachanlagen betragen 27,5 Millionen Euro.
- ▷ Die Zahl der Mitarbeiter wurde im Jahresdurchschnitt von 1765 auf 1756 leicht reduziert.

Diese Zahlen belegen: Wir haben uns im vergangenen Jahr gut entwickelt und dabei unsere führende Marktposition behaupten können.

Ich darf Sie nun auch kurz über Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten informieren

Wir sind auf dem besten Wege, die Qualitätsführerschaft auf dem Behälterglas-Markt auszubauen. Dafür haben wir unsere Investitionen in Sachanlagen im Geschäftsjahr 2001 um mehr als zehn Prozent gesteigert, auf 27,5 Millionen Euro. Wir haben dabei vor allem in Projekte investiert, die die Produktqualität weiter optimieren, die Produktivität nochmals steigern sowie die ergonomischen Bedingungen für die Mitarbeiter verbessern. Qualität, meine Damen und Herren, entsteht nicht allein durch eine penible Endkontrolle unserer Produkte. Qualität entsteht in einem Prozess, in dem das gesamte Umfeld stimmt. Dazu gehören neben positiven Arbeitsbedingungen auch Verbesserungen der Arbeitssicherheit. Auch hier sind wir auf dem richtigen Weg. Ich erwähne nur die Auszeichnung unseres Werkes Neuburg, das als eines der sichersten Werke des Konzerns weltweit honoriert worden ist.

Die Kernfragen von Qualität und Produktivität standen auch im Mittelpunkt unserer Bemühungen auf dem Gebiet Forschung und Entwicklung. Es geht uns darum, noch effizienter, noch umweltfreundlicher, noch hochwertiger zu produzieren. Projekte wie Rohstoffoptimierung und Qualitätsverbesserung der Scherben tragen dazu bei.

Weiter arbeiten wir kontinuierlich daran, die Festigkeit von Glasbehältern zu erhöhen. Verbesserte Oberflächen-Beschichtungen und Applikations-Systeme helfen uns auf diesem Wege.

Nun zur Euro-Umstellung

Meine Damen und Herren, das Jahr 2001 war auch das Jahr der Einführung des Euro. Wir haben uns mittlerweile wie selbstverständlich an die neue Währung gewöhnt. Der reibungslose Übergang zum Jahreswechsel war jedoch eine Meisterleistung des gesamten Unternehmens und

das Ergebnis einer guten Vorbereitung. Für die Saint-Gobain Oberland AG war der 1. Januar 2002 nur der Endpunkt der Umstellung, die bereits im Jahr 2000 begonnen hatte mit Testläufen und Programm-Anpassungen. Seit Januar konnten wir die Vorteile der gemeinsamen Währung gerade für uns als Unternehmen in einer internationalen Gruppe bereits vielfältig erfahren.

Zu guter Letzt der Ausblick

Wir kennen die Herausforderung, vor der wir stehen. Der Markt verändert sich, auch durch die gestiegenen Ansprüche der Verbraucher. Die Glasverpackung hat ihre Chance, wenn wir ihre Vorteile selbstbewusst herausstellen und weiterentwickeln. Keine andere Verpackung ist so hygienisch und sicher. Keine andere Verpackung kann ihren Inhalt so klar und hochwertig präsentieren. Immer mehr Kunden nutzen vor allem den Marketingvorteil, den Glas als Verpackungsmittel bietet. Sie fragen nach

einzigartigen Formen, Farben und Gestaltungsmöglichkeiten für die Präsentation ihrer Produkte. Hier werden wir verstärkt als kreativer Gesprächspartner auftreten, der Kundenwünsche nicht nur realisiert, sondern mit eigenen Ideen zusätzlich Möglichkeiten aufzeigt. Als Beispiel nenne ich unsere Projektierung „Kompetenz in Wein“, mit der wir Kunden anregen, die Vielfalt der Gestaltungsmöglichkeiten einer schlichten Weinflasche zu nutzen.

Wir werden auf diesem Gebiet künftig auch konsequent die Vorteile nutzen, die wir durch unsere Zugehörigkeit zum Saint-Gobain-Konzern haben. Der Austausch von Erfahrungen und Ideen sichert uns hier einen Vorsprung bei Innovationen.

Für die Saint-Gobain Oberland AG bedeutet dies, dass wir künftig noch flexibler am Markt auftreten werden. Das heißt: Wir werden die Produktionsabläufe weiter optimieren, wir werden unser Qualitäts-Management

ausbauen sowie unsere Marketing-Aktivitäten verstärken.

Meine Damen und Herren, wir wissen heute nicht, unter welchen Rahmenbedingungen wir diese Herausforderungen zu bewältigen haben. Es gibt Anzeichen einer konjunkturellen Erholung. Es gibt aber auch Ungewissheiten. Niemand vermag sicher vorherzusagen, wie sich neue gesetzliche Vorgaben wie ein Zwangspfand auf Einwegverpackungen auf den Verpackungsmarkt auswirken werden.

Zum Schluss, meine Damen und Herren, möchte ich auf unsere aktuelle Situation eingehen:

Umsatz und Ertrag entwickeln sich in den ersten 5 Monaten des Geschäftsjahres 2002 im Rahmen unserer Zielvorgaben.

Wir sind auf dem richtigen Weg, um Ihnen in einem Jahr wiederum ein Ergebnis präsentieren zu können, das Sie zufrieden stellen wird.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.

