



schlott sebalduS
the cross media company

Trotz des schwierigen Umfelds hat sich schlott sebalduS gut im Markt behauptet



Bernd Rose
Vorstandsvorsitzender
der schlott sebalduS AG
in der Hauptversammlung am 19. Juni 2002

Sehr geehrte Aktionäre und Aktionärsvertreter,

liebe Gäste und Mitarbeiter,
meine sehr geehrten Damen und Herren,

herzlich willkommen zur fünften ordentlichen Hauptversammlung der schlott sebalduS AG in Freudenstadt. Ich freue mich sehr, Sie heute hier in Freudenstadt, am Stammsitz unserer Unternehmensgruppe, begrüßen zu dürfen. Wenn ich so in die Runde schaue, sehe ich so manches bekannte Gesicht im Aktionärskreis. Danke dafür, dass Sie uns so die Treue halten und mit hohem Interesse die Entwicklung Ihrer AG begleiten. In vier Themenbereiche möchte ich meine Ausführungen heute gliedern:

- ▷ Der Rückblick auf das Berichtsjahr 2001.
- ▷ Die Entwicklung der Aktienmärkte und wie sich unsere Aktie in diesem Umfeld behauptet hat, ist mein zweites Thema.
- ▷ Natürlich werde ich Sie über den aktuellen Verlauf des Jahres 2002 informieren und unsere Erwartun-

gen für das gesamte Jahr darstellen.

- ▷ Nicht zuletzt möchte ich mit Ihnen zusammen über den Tag hinaus blicken. Wie sehen die langfristigen Perspektiven von schlott sebalduS aus? In diesem Zusammenhang möchte ich Ihnen unsere Strategie erläutern.

2001 begann gleich mit einer Schreckensmeldung: dem zweiten Großbrand binnen Jahresfrist bei u.e. sebalduS.

Jetzt aber zunächst zu den Ereignissen im Jahr 2001. Einem Jahr – und das ist durchaus bemerkenswert – in dem wir trotz eines schwachen konjunkturellen Umfeldes unsere Ziele erreicht haben. Ein Jahr, das uns dazu bewogen hat, den Geschäftsbericht unter das Motto „Handlungen“ zu stellen. Weil mehr als je zuvor jeder Einzelne in unserem Unternehmen zum schnellen, zupackenden

Handeln aufgefordert war. Nicht zuletzt, weil außerordentliche Ereignisse dazu aufriefen.

2001 begann gleich mit einer Schreckensmeldung: dem zweiten Großbrand binnen Jahresfrist bei u.e. sebalduS am 9. Januar.

Verletzt wurde zum Glück niemand. Zwei unserer großen Tiefdruckrotationen waren jedoch völlig zerstört und zwei weitere schwer beschädigt. Die Schäden waren zwar durch Versicherungen abgedeckt, aber um unsere Kunden zu halten, war es unabdingbar, alle Aufträge dennoch pünktlich zu erledigen. Das Zusammenspiel der drei Tiefdruckstandorte Nürnberg, Freudenstadt und Landau, ergänzt durch angemietete Fremdkapazitäten, machte das schier Unmögliche möglich.

Dem vollen Einsatz aller Mitarbeiter, ihrer Tatkraft und großen Flexibilität ist es zu verdanken, dass trotz der verheerenden Brandfolgen alle Aufträge termingerecht ausgeliefert wurden. Hierfür möchte ich mich auch an dieser Stelle nochmals im

Namen des gesamten Vorstands herzlich bei allen Mitarbeitern bedanken.

Der Dank gilt auch unseren Partnern und vor allem unseren Kunden, die uns auch in dieser Situation ihr Vertrauen geschenkt haben.

Bei allem Übel hatte der Brand auch eine gute Seite: Die Menschen in unserer Unternehmensgruppe sind durch die gemeinsamen Anstrengungen noch enger zusammengewachsen. Weil wir nur standortübergreifend die Krisensituation bewältigen konnten, haben sich Mitarbeiter in neu formierten Teams zusammengefunden und mit Bravour die Aufgabe gemeistert.

Die weiteren Folgen des Großbrands und den damit beschleunigten Neubau im Nürnberger Hafengebiet werde ich später genauer erläutern.

Erlauben Sie mir, auf einige Meilensteine im Jahr 2001 einzugehen.

Im Juni 2001 haben wir die schlott sebaldu Gruppe neu formiert. Um eine weitgehend einheitliche und damit transparente Struktur zu erhalten, haben wir das bislang in der AG angesiedelte operative Geschäft des Freudenstädter Tiefdruckbetriebs in die schlott GmbH ausgegliedert. Mit dem entsprechenden Beschluss der letzten Hauptversammlung fungiert die schlott sebaldu AG als reine Management-Holding und als Steuerungsinstrument. Zugeordnet sind in der AG insbesondere konzernübergreifende Funktionen wie Treasury, Controlling, Marketing und Investor Relations.

Im Juni 2001 haben wir die schlott sebaldu Gruppe neu formiert.

Im Juli haben wir die Aufgabenverteilung zwischen meiller direct und der auf Kartenherstellung spezialisierten Tochtergesellschaft comcard neu strukturiert. comcard in Falkenstein konzentriert sich seitdem ganz auf den Markt der Smart Cards – intelligente Karten mit Chip und beipielsweise Zahlungsfunktion. meiller direct übernimmt die bisherigen

Aktivitäten im Bereich Kundenkarten, die wie bei Payback für Kundenbindungsprogramme eingesetzt werden, zur Ergänzung des eigenen Portfolios.

Im Dezember haben wir schließlich unser Geschäftsfeld digital services verstärkt. Das neue Konzernunternehmen scannova erweitert die Angebotspalette in der digitalen Medienproduktion.

Zum Jahresende 2001 veräußerten wir zudem unseren 25-prozentigen Anteil am Gong-Verlag an die WAZ-Mediengruppe – eine konsequente Maßnahme im Zuge der Konzentration auf unsere Kernkompetenzen.

Zum Jahresende 2001 veräußerten wir unseren 25-prozentigen Anteil am Gong-Verlag an die WAZ-Mediengruppe.

Was war darüber hinaus bemerkenswert im Jahr 2001? Natürlich das gesamtwirtschaftliche und branchenspezifische Umfeld. Das Jahr 2001 war insgesamt ein konjunkturell schwaches Jahr, wie wir alle wissen, die Werbebranche war davon aber überproportional stark betroffen. So gingen die Werbeinvestitionen nach Angaben des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft 2001 um 5,1 Prozent zurück. Die Einnahmen der Werbeträger verringerten sich sogar um 7,3 Prozent.

Trotz des schwierigen Umfelds hat sich schlott sebaldu gut im Markt behauptet. Bei der Umsatzbetrachtung sind allerdings zwei Besonderheiten zu beachten: Die entstandenen Schäden durch den Großbrand bei u.e. sebaldu sind zwar durch Versicherungsleistungen abgedeckt, der Umsatz reduzierte sich jedoch. Zweiter umsatzbeeinflussender Faktor ist das veränderte Papierbestellverhalten eines Großkunden, der sein Papier 2001 selbst einkaufte. Die Beistellquote bezeichnet den Papieranteil, den die Kunden selbst einkaufen und anliefern lassen; sie betrug im Berichtsjahr

insgesamt 51,2 Prozent nach 43,5 Prozent im Vorjahr.

Im vergangenen Geschäftsjahr verringerte sich der Umsatz durch diese beiden beschriebenen Faktoren im Konzern von 565 auf 505 Mio. Euro. Der Auslandsanteil stieg hingegen nach 18,3 Prozent im Vorjahr auf 22,3 Prozent. Unser wichtigster Auslandsmarkt ist nach wie vor die Europäische Union mit einem Anteil von knapp 80 Prozent am gesamten Auslandsumsatz. Bezogen auf einzelne Länder setzten wir in Großbritannien und Frankreich mit Abstand am meisten um, gefolgt von Österreich, den Niederlanden, der Schweiz, Dänemark und Tschechien.

Die erhaltene Versicherungssumme für die brandbedingten Sachschäden und die Schäden durch Betriebsunterbrechung sind in den sonstigen betrieblichen Erträgen und damit in der Gesamtleistung enthalten. Die Gesamtleistung ging von 615 auf 602 Mio. Euro zurück. Sie lag damit im Gegensatz zum Umsatz nur knapp unter Vorjahresniveau.

Beim Jahresüberschuss weisen wir ein Plus von 7,7 Prozent auf 14,0 Mio. Euro aus.

Zum Ergebnis. Trotz der abflauenden Konjunktur und der schwachen Branchensituation konnte *schlott sebaldu* das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) leicht auf 79,8 Mio. Euro steigern. Beim Jahresüberschuss weisen wir ein Plus von 7,7 Prozent auf 14,0 Mio. Euro aus.

Das DVFA-Ergebnis je Aktie steigerten wir entsprechend unserer Prognosen deutlich von 2,06 Euro um 13,6 Prozent auf 2,34 Euro. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit lag mit 24,9 Mio. Euro auf Vorjahresniveau.

An diesem positiven Ergebnis sollen Sie partizipieren. Ich freue mich, Ihnen heute eine Dividendenerhöhung

von 72 auf 80 Cent je Aktie vorschlagen zu können.

Ich freue mich, eine Dividendenerhöhung von 72 auf 80 Cent je Aktie vorschlagen zu können.

Größtes Geschäftsfeld blieb auch 2001 der Bereich *high performance printing*, mit einem Anteil am Konzernumsatz von rund drei Vierteln. Mit unserer starken Marktstellung blieben wir auch in einem vorübergehend schwächeren Branchenumfeld wettbewerbsfähig und erzielten eine hohe Kapazitätsauslastung. Insbesondere im Tiefdruck, dem umsatzstärksten Teilbereich im *high performance printing*, blicken wir auf ein gutes Geschäftsjahr 2001 zurück. Mit diesem positiven Verlauf im Tiefdruck konnten wir die schwache Entwicklung in den Bereichen Rollenoffsetdruck und Weiterverarbeitung kompensieren. Hier hat sich angesichts bestehender Überkapazitäten der Nachfragerückgang deutlich negativ ausgewirkt.

Vor dem Hintergrund der äußerst schwierigen Marktsituation im Rollenoffset haben wir unsere Aktivitäten in diesem Bereich genau analysiert – und im Sinne einer wertorientierten Unternehmensführung gehandelt. Als erstes Ergebnis hat unsere Tochter heckel mit Wirkung zum Ende Mai 2002 ihre Rollenoffsetaktivitäten am Standort Nürnberg konzentriert. Die Produktionsstätte in Bamberg wurde geschlossen. Dadurch erreichen wir eine Kostenreduzierung und können dem Margendruck zukünftig besser begegnen.

Im Segment *direct marketing* bekamen wir die nach dem Rekordjahr 2000 eher rückläufige Entwicklung der Werbeaktivitäten zu spüren und verzeichneten einen leichten Rückgang der Umsatzerlöse bei jedoch gesteigertem Ergebnis. Die konsequente Positionierung unserer Direktmarketinggesellschaft *meiller direct* als Lösungsanbieter wurde vorangetrieben

und wir können in Zukunft neue Potenziale erschließen.

Wie geplant konnten wir unser junges Wachstumssegment *digital services* im abgelaufenen Geschäftsjahr im Markt der digitalen Dienstleistungen etablieren und damit den Umsatz verdreifachen. Trotz des notwendigen Personalaufbaus für das bereits erfolgte und künftige Wachstum erzielten wir durch entsprechendes Kostenmanagement ein nahezu ausgeglichenes Ergebnis.

Das Investitionsprogramm in Höhe von gut 90 Mio. Euro war 2001 geprägt von den durch die Versicherungsleistungen gedeckten Maßnahmen zum Aufbau unseres neuen Tiefdruckwerkes Nürnberg II. Hier ist das weltweit modernste Tiefdruckzentrum mit geradezu vorbildlichem Workflow und Materialfluss entstanden. Hier konnte infolge des Brandes der Grundstein für eine in jeder Hinsicht optimale Produktion gelegt werden. Auf diese Maßnahme entfielen allein rund 67 Mio. Euro. Darüber hinaus wurden zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit sehr gezielt weitere Investitionsschwerpunkte gesetzt.

Das Investitionsprogramm in Höhe von gut 90 Mio. Euro war 2001 geprägt von den durch die Versicherungsleistungen gedeckten Maßnahmen zum Aufbau unseres neuen Tiefdruckwerkes Nürnberg II.

Nüchterne Zahlen alleine sprechen eine eigene Sprache. Und gelegentlich verstellt das den Blick auf die tatsächlichen Leistungsträger. Gerade vor dem Hintergrund der bereits angesprochenen Ereignisse ist es mir wichtig, nochmals zu betonen: Nach wie vor sind unsere Mitarbeiter unser wichtigstes Kapital. Dies zeigte sich einmal mehr, als es nach dem Brand bei *u.e. sebaldu* auf ihre Tatkraft ankam. Deshalb wurde auch 2001 ver-

stärkt in die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter auf allen Hierarchieebenen investiert, und deshalb haben wir im Geschäftsbericht auch eine Darstellungsform gewählt, die die Leistung jedes Einzelnen würdigt. Auf den Seiten 36 und 37 ist jeder von ihnen erwähnt.

Wir bildeten im vergangenen Jahr 125 junge Menschen praxisnah in gewerblichen und kaufmännischen Berufen aus. Damit können wir auch künftig auf eine solide Fachkräftebasis zurückgreifen. Insgesamt waren 2001 im Jahresdurchschnitt 3.996 Menschen in der schlott sebaldu Gruppe beschäftigt.

Wir bildeten im vergangenen Jahr 125 junge Menschen praxisnah in gewerblichen und kaufmännischen Berufen aus.

Führungskräfte gewinnen wir vorwiegend aus den eigenen Reihen und binden sie durch gezielte Karriereplanung an das Unternehmen. Talentierte Mitarbeiter, die weiterführende Aufgaben übernehmen sollen, qualifizieren wir in unseren „Förderkreisen Mittleres und Oberes Management“. So knüpfen wir ein internes Netzwerk von sehr gut ausgebildeten und unternehmerisch eingestellten Fach- und Führungskräften mit hoher Methoden- und Sozialkompetenz. Auch das ist ein Baustein für eine erfolgreiche Zukunft.

Ein Aspekt aus dem Jahr 2001, den ich erwähnen möchte, legt ebenfalls die Fundamente für eine weiterhin erfolgreiche Zukunft. Wie Sie alle wissen, sind börsennotierte Aktiengesellschaften aufgrund des KonTraG, des Gesetzes zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmen, zu einem umfassenden Risikomanagement verpflichtet.

Wir bei schlott sebaldu haben im vergangenen Jahr nicht nur das Risikomanagement-System weiter ausgebaut, sondern es zusätzlich mit einem

Steuerungsinstrumentarium ergänzt. Seit 2001 setzen wir auf das Management-Instrument der Balanced ScoreCard. Wie es der Name schon sagt, setzt die Balanced ScoreCard auf eine ausgewogene, sprich balancierte, Gewichtung der Zielvorgaben. Nicht nur harte Zahlen aus Verkauf und Produktion werden verfolgt und bewertet, sondern auch Maßstäbe bei der Kundenzufriedenheit, bei den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sowie bei internen Prozessen wie Wissensmanagement und Mitarbeiterentwicklung gesetzt.

Seit 2001 setzen wir auf das Management-Instrument der Balanced ScoreCard.

Wir wissen also ganz aktuell, wo Entwicklungen vom Plan abweichen und – ganz wichtig – welche Ursache-Wirkungs-Mechanismen dazu führen. So kann das Management reaktionsschnell korrigierend eingreifen beziehungsweise konsequente Entscheidungen treffen und umsetzen. Und unsere Mitarbeiter verstehen Zusammenhänge und Prozesse besser, können aus Fehlern lernen, ihren eigenen Beitrag zum Unternehmenserfolg besser einschätzen und so sich noch mehr engagieren. Das Steuerungsinstrument der Balanced ScoreCard bezieht langfristig alle Menschen bei schlott sebaldu in diesen Prozess der wertorientierten Konzernsteuerung ein – ohne Ausnahme vom Arbeiter an der Maschine bis hin zum Vorstand. So können wir unsere klare Vision für die Zukunft systematisch und konsequent realisieren.

Nun zum Themenbereich schlott sebaldu Aktie

Nach dem turbulenten Börsenjahr 2000 mit zum Teil deutlichen Kursabschlägen kamen die Aktienmärkte auch 2001 weltweit nicht zur Ruhe. Die wichtigsten deutschen Indizes verzeichneten im Berichtsjahr abermals einen Rückgang. Auch unser

Vergleichs-Index SDAX büßte ein Drittel seines Wertes ein und fiel von über 3.000 auf rund 2.100 Punkte.

In diesem äußerst schwierigen Umfeld zeigte sich die Aktie der schlott sebaldu AG insgesamt robust und entwickelte sich besser als die Vergleichsindizes. Seinen Höchststand erreichte der Aktienkurs nach 23,50 Euro zu Jahresbeginn mit gut 27 Euro zur Hauptversammlung im Juni, auf der – wie vorgeschlagen – eine Sonderdividende in Höhe von 1 Euro 58 beschlossen wurde. Ab August fiel auch der Kurs unserer Aktie und erreichte im Monat des Terroranschlags sein Jahrestief von 15,80 Euro. Danach zeigte sich ein Aufwärtstrend, der in einen Schlusskurs zum 31. Dezember 2001 von 19,50 Euro mündete. Bis zum heutigen Tag hat sich unser Kurs im nach wie vor angespannten Börsenumfeld auf einem Niveau von 20 Euro gehalten.

Transparente Informationspolitik hat bei schlott sebaldu einen hohen Stellenwert. Wir betreiben auch jenseits der Pflichtbestandteile aktive Investor Relations und pflegen den engen und stetigen Kontakt mit der Finanzwelt. Auf dem ersten von der Stuttgarter Börse unterstützten BWSC-Börsentag am 29. Juni 2001 konnten wir die schlott sebaldu AG

In diesem äußerst schwierigen Umfeld zeigte sich die Aktie der schlott sebaldu AG insgesamt robust und entwickelte sich besser als die Vergleichsindizes.

zahlreichen Privatanlegern und Investoren präsentieren. Eine Analystenkonferenz im April, eine Road-Show im November mit sehr positiven Investorengesprächen sowie die Teilnahme an der German Mid Cap Conference (GMCC) Anfang Dezember zeigen unser hohes Engagement im Sinne unserer Aktionäre. Auch 2002 werden wir die IR-Aktivitäten weiter intensivieren – gerade angesichts des

schwierigen Umfelds am Kapitalmarkt.

Denn von der Qualität und dem großen Potenzial unserer Aktie sind wir als die europäische Cross Media Company überzeugt. Aus einer Position der Stärke heraus und vor dem Hintergrund einer stabilen Geschäfts- und Kundenbasis sowie der modernen Unternehmensführung durch ein erfahrenes Management, wollen wir weiter dynamisch wachsen und unsere Position als europäisch ausgerichtetes Unternehmen für Mediendienstleistungen ausbauen. Die momentan schwierigen Marktverhältnisse haben einige Unternehmen überrascht und daher hart getroffen. Hier ergeben sich sehr gute Möglichkeiten, abermals einen Wachstumsprung zu vollziehen und damit in eine europäische Spitzenposition vorzudringen.

Von der Qualität und dem großen Potenzial unserer Aktie sind wir als die europäische Cross Media Company überzeugt.

Auf zwei Aspekte im Zusammenhang mit unserer Aktie möchte ich noch eingehen. Im August 2001 hat der Vorstand beschlossen, von der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 20. Juni 2001 Gebrauch zu machen und eigene Aktien zurückzukaufen, um sie im Rahmen kleinerer Akquisitionen bei Bedarf als Währung einzusetzen. Wenn es die Modalitäten eines Akquisitionsvorhabens erfordern, werden wir den Aktienrückkauf forcieren.

Stichwort Akquisitionsvorhaben: Nach der Ausschüttung einer Sonderdividende in Höhe von 1 Euro 58 Cent im vergangenen Jahr haben wir signalisiert, dass wir über eine Kapitalerhöhung die abgeflossene Liquidität wieder zurückholen wollen. Denn Ziel dieser Maßnahme war es ja, steuerliche Nachteile durch die im Rahmen der Steuerreform zwingend vorgeschriebene Eigenkapitalumglieder-

rung zu vermeiden. Bislang haben wir diese Kapitalerhöhung nicht durchgeführt, da weder die Lage am Kapitalmarkt dies nahe legte, noch ein hinreichend konkretes Akquisitionsvorhaben die Notwendigkeit hervorgerufen hat. Darüber hinaus bestand kein Liquiditätsbedarf. Sobald im Sinne des Vorgesagten die Voraussetzungen gegeben sind, werden wir eine Kapitalerhöhung zur weiteren Finanzierung einer erfolgreichen Zukunft durchführen. Unsere Großaktionäre haben klar signalisiert, dass sie diesen Schritt mit uns gehen wollen.

Nun zum Ausblick auf das Jahr 2002

Im folgenden möchte ich Sie über den bisherigen Verlauf des aktuellen Geschäftsjahres sowie über unsere weiteren Planungen informieren.

Noch immer haben wir mit einem schwachen konjunkturellen Umfeld und einem weiter rückläufigen Werbemarkt zu kämpfen. Der neue Vorstandsvorsitzende des Axel Springer Verlags, Mathias Döpfner, sprach auf der Bilanzpressekonferenz seines Unternehmens Ende Mai gar von der „größten Krise der Printmedien seit dem Zweiten Weltkrieg“. Und der Präsident des ZAW, des Zentralverbandes der deutschen Werbewirtschaft, sieht nicht nur markante Bremsspurten im Werbemarkt, sondern hat für das laufende Jahr eine Wende zum Aufschwung im Werbemarkt weitgehend abgeschrieben.

Noch immer haben wir mit einem schwachen konjunkturellen Umfeld und einem weiter rückläufigen Werbemarkt zu kämpfen.

Die Zahlen sprechen für sich: So sank der Bruttowerbeumsatz in Deutschland laut AC Nielsen Werbeforschung im Vergleich zum Vorjahresquartal in den ersten drei Monaten des Jahres 2002 um 5,2 Prozent auf 3,9 Mill. Euro. Am stärksten vom

Rückgang betroffen waren die Fernsehsender mit einem Minus von 6,7 Prozent, aber auch die Printmedien mussten Einbußen von fünf Prozent hinnehmen.

Dies alles sollte und kann uns keinesfalls entmutigen. Im Gegenteil! Denn einerseits ist diese negative Marktentwicklung, und darin sind sich alle Fachleute einig, nur vorübergehend. Andererseits wird sie die notwendige Konsolidierung des Marktes deutlich beschleunigen. Und gerade darauf sind wir vorbereitet, darauf ist unsere Strategie seit vielen Jahren ausgerichtet.

Mittelfristig wird sich die Struktur von Nachfrage und Angebot im Medienmarkt deutlich ändern – darauf sind wir vorbereitet.

Hierzu verweise ich auf eine Vielzahl von Aussagen meinerseits in den letzten Jahren. Mittelfristig ist der Medienmarkt hoch attraktiv und wird es auch bleiben. Es wird sich jedoch die Struktur von Nachfrage und Angebot deutlich ändern – darauf sind wir vorbereitet.

Das Jahr 2002 wird einerseits geprägt sein von der bereits beschriebenen Verfassung der für uns relevanten Märkte, andererseits von internen Projekten und Maßnahmen. So haben wir den ersten Bauabschnitt unseres neuen Tiefdruckwerkes Nürnberg II mit der Inbetriebnahme der zweiten neuen Tiefdruckmaschine im Februar erfolgreich abgeschlossen und liegen damit exakt im Zeitplan, einem Zeitplan, der die Hälfte der sonst branchenüblichen Zeiten vorsieht.

Lassen Sie mich hier nochmals zurückblicken.

Bereits im November 2000 trafen Vorstand und Aufsichtsrat eine grundsätzliche Investitionsentscheidung für einen neuen Tiefdruck-Produktionsstandort in Nürnberg. Durch den Großbrand im Januar 2001 bei u.e. sebaldu war dann höchste Eile gebo-

ten, die Standortverlagerung wurde forciert. In sehr konstruktiven Gesprächen mit der Stadt Nürnberg und dem Freistaat Bayern einigten wir uns zügig auf das Nürnberger Hafendruckstandort.

Das Areal verfügt neben einer hervorragenden Anbindung an das regionale und überregionale Verkehrsnetz zukünftig auch über einen eigenen Gleisanschluss. Auf einer Fläche von rund 85.000 m² entsteht die weltweit modernste Tiefdruckerei mit den erforderlichen Nebeneinrichtungen und der dazugehörigen Verwaltung.

Und das alles in Rekordzeit. Rekordverdächtig war schon die kurze Zeit, in der das aufwändige Genehmigungsverfahren gemeinsam mit dem Umweltamt abgewickelt wurde. Dadurch konnte der Spatenstich für den Neubau bereits am 1. Mai 2001 erfolgen. Kaum ein halbes Jahr später war schon der erste Teilabschnitt bewältigt: Plangemäß wurde Anfang November die erste neue Tiefdruckkrotation in Betrieb genommen, die zweite folgte im Februar diesen Jahres. Auch damit holten sich unsere Mitarbeiter einen neuen Rekord. Uns ist nicht bekannt, dass zuvor ein komplettes Tiefdruckwerk so schnell und akkurat realisiert wurde.

Uns ist nicht bekannt, dass zuvor ein komplettes Tiefdruckwerk so schnell und akkurat realisiert wurde.

Zurzeit sind die Baumaßnahmen für den Bauabschnitt II bereits weit fortgeschritten und 2003 – und damit zwei Jahre früher als ursprünglich geplant – wollen wir die komplette Verlagerung des Standorts abschließen und alle am Altstandort verbliebenen Tiefdruckanlagen umziehen. Das heißt, wir nutzen die derzeitige Marktschwäche für den Umzug und damit für die Schaffung idealer Voraussetzungen für die Zukunft.

Eine weitere notwendige, wenn auch schmerzliche Maßnahme war die Entscheidung zur Schließung des Rollenoffset-Standortes *kro* in Karlsruhe.

Das große Problem sind im Rollenoffset – wie bereits beschrieben – die bestehenden hohen Überkapazitäten. Das Angebot übersteigt zur Zeit die Nachfrage deutlich, und dies führt zu einem extremen Margendruck. Daraus kann die betriebswirtschaftlich absurde Situation entstehen, dass ein Unternehmen wie unsere Tochtergesellschaft *kro* in Karlsruhe trotz optimierter interner Prozesse und nahezu Vollauslastung nicht kostendeckend arbeiten kann.

Eine Reaktion auf die Marktverhältnisse im Rollenoffset ist daher die Schließung des Standortes Karlsruhe zum 31. August 2002. Es konnte trotz monatelanger intensiver Anstrengungen aller Betriebsparteien keine tragfähige Lösung für die Zukunft gefunden werden. Der Produktionsbetrieb hat, wie bereits erwähnt, trotz weitgehender Vollauslastung keine wirtschaftliche Perspektive.

Eine weitere notwendige, wenn auch schmerzliche Maßnahme war die Entscheidung zur Schließung des Rollenoffset-Standortes *kro* Karlsruhe.

Die Standortaufgabe ist eine notwendige Konsequenz der wertorientierten Optimierung des Geschäftsbereichs *high performance printing* und ein Ergebnis der permanenten Analyse zur nachhaltigen Optimierung des Gesamtunternehmens.

Die Konzentration der Rollenoffset-Aktivitäten auf den Standort der Tochtergesellschaft *heckel GmbH* in Nürnberg erlaubt es künftig, flexibel auf die Marktanforderungen zu reagieren.

Wie wirken sich diese Maßnahmen bilanziell aus? Für die Verlagerung des Rollenoffset-Standortes Bamberg

nach Nürnberg wurden bereits 1999 entsprechende Rückstellungen gebildet. Von der Schließung der *kro druck GmbH* wird das Konzernergebnis der *schlott sebaldu Gruppe* im Jahr 2002 im Rahmen von Sonderaufwendungen tangiert. Die einmalige Kostenbelastung für Schließungsaufwand und Sozialplan beträgt rund 1,5 Mio. Euro.

Durch den Wegfall der operativen Verluste der Tochter ab September wird das Ergebnis jedoch entlastet. Bereits 2003 wird die Entlastung in voller Höhe dem Ergebnis zugute kommen.

Auch in unserer zweiten Säule *direct marketing* sind wir aktiv, um uns noch besser aufzustellen.

Auch in unserer zweiten Säule *direct marketing* sind wir aktiv, um uns noch besser aufzustellen. Die aktuelle Neupositionierung als Lösungsanbieter und die Fokussierung auf neue Branchen wird uns im One-to-One-Kundendialog neue Potenziale erschließen. Auch hinsichtlich der Produktivität prüfen wir, wie wir intern durch standortübergreifende Maßnahmen die Wertschöpfung steigern können. Eine Möglichkeit dazu bietet der Ausbau des Werkes in Tschechien – insbesondere im Zuge einer Verlagerung von personalintensiven Tätigkeiten. Und nicht zuletzt halten wir Augen und Ohren offen und sondieren Akquisitionsmöglichkeiten für einen weiteren Ausbau der internationalen Präsenz. Vor allem im *direct marketing* werden wir Produkte durch Lösungen ersetzen und dadurch zu vollständigen Outsourcing-Angeboten kommen. So erzielen wir eine höhere Wertschöpfung und bessere Margen.

Das Geschäftsfeld *digital services* hat bereits zum Jahresbeginn gezeigt, wie wir uns dort die Erschließung neuer Angebotsfelder im crossmedialen Umfeld vorstellen: Gezielte Akquisitionen werden auch in Zukunft die fehlenden Glieder in der Wert-

schöpfungskette rund um digitale Produktinformationssysteme schließen. Draußen im Foyer zeigt Ihnen das Team von *scannova*, unserer jüngsten Tochtergesellschaft, wie Produkte auf schnelle und kostengünstige Art in dreidimensionaler Qualität dargestellt werden können.

Vor dem Hintergrund der beschriebenen Maßnahmen verringerte sich unsere Gesamtleistung in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres von 134,6 Mio. Euro auf 122,9 Mio. Euro. Der Materialaufwand verringerte sich in derselben Relation um rund acht Prozent auf 53,1 Mio. Euro.

Trotz des marktbedingt gesunkenen Umsatzes und dem in Teilbereichen unseres Marktes herrschenden Margendruck konnten wir das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) mit 11,6 Mio. Euro auf Vorjahresniveau halten. Durch die erhöhten Investitionen im Jahr 2001 sind unsere Abschreibungen von 7,9 auf 8,5 Mio. Euro gestiegen – dadurch verringerte sich das EBIT im ersten Quartal 2002 von 4,0 auf 3,1 Mio. Euro. Das Ergebnis vor Steuern ging von 1,6 auf 1,4 Mio. Euro zurück, das Ergebnis je Aktie dementsprechend von 9 auf 6 Eurocent.

Das EBIT verringerte sich im ersten Quartal 2002 von 4,0 auf 3,1 Mio. Euro.

Insgesamt rechnen wir für 2002 mit einem Rückgang der Konzern-Gesamtleistung auf rund 560 Mio. Euro, in erster Linie bedingt durch die anhaltende Marktschwäche und die aufgrund des vorgezogenen Umzugs fehlenden Kapazitäten.

Vor den Optimierungsmaßnahmen erwarten wir dennoch – wie bereits prognostiziert – ein nachhaltig positives Ergebnis vor Steuern von 20 Mio. Euro.

Bereits ab 2003 wirken sich die Kostenoptimierungsprogramme aus.

Wir rechnen bei einem sich erholenden Markt mit weiterem Ertragswachstum.

Zum guten Schluss ein Blick in die Zukunft

Neben dieser wichtigen Ertragsoptimierung interessiert Sie mit Sicherheit noch die Frage, wo wir weiteres Wachstumspotenzial für die *schlott sebaldu Gruppe* sehen. Deshalb – wie eingangs angekündigt – unser gemeinsamer Blick in die Zukunft.

Die schlott sebaldu Gruppe ist mit rund 4.000 Mitarbeitern und 25 Tochtergesellschaften im In- und Ausland einer der größten verlagsunabhängigen Mediendienstleister Europas.

Wo stehen wir heute? Die *schlott sebaldu Gruppe* ist mit rund 4.000 Mitarbeitern und 25 Tochtergesellschaften im In- und Ausland einer der größten verlagsunabhängigen Mediendienstleister Europas. Als europäisch ausgerichtete Unternehmensgruppe bieten wir der werbetreibenden Wirtschaft, darunter beispielsweise Verlagen und Versandhäusern, alle Dienstleistungen rund um die Medienproduktion aus einer Hand – maßgeschneidert im One-Stop-Shopping.

Als die Cross Media Company setzen wir auf die Kombination aus drei sich perfekt ergänzenden Geschäftsbereichen. Im *high performance printing* bieten wir hochwertige druck- und weiterverarbeitungstechnische Leistungen. Im *direct marketing* haben wir als ganzheitlicher Lösungsanbieter zielgruppengenaue Angebote für intelligentes One-to-one-Marketing im Portfolio. Und mit *digital services* ergänzen wir unser Angebot durch digitales Know-how für die Erstellung von Produktinformationssystemen. Aus den Leistungen unserer

drei Geschäftsfelder schnüren wir maßgeschneiderte Lösungspakete und schlagen für unsere Kunden die Brücke zwischen klassischem Print und digitaler Welt.

Es ist unsere Strategie, mit gezielten Akquisitionen in Deutschland und Europa Marktanteile in allen drei Geschäftsfeldern zu gewinnen.

Es ist unsere Strategie, mit gezielten Akquisitionen in Deutschland und Europa Marktanteile in allen drei Geschäftsfeldern durch Zusammenfassen bestehender Kapazitäten zu gewinnen.

Und gerade hier sehen wir in dem angespannten Marktumfeld beste Chancen. Weil wir intern alle Optimierungsaufgaben eingeleitet, Prozesse optimiert und Kosten minimiert haben, können wir uns gestärkt auf externes Wachstum konzentrieren.

So sehen wir uns beispielsweise im Tiefdruck als einer der ganz wichtigen Partner, wenn der Wettbewerbsdruck Verlage dazu bewegt, sich von ihren Druckkapazitäten zu trennen. Auch bei den kleineren verlagsunabhängigen Tiefdruckunternehmen im In- und Ausland wird sich unter der gegebenen Marktsituation die Frage stellen, ob nicht die Einbindung in einen Konzern wie schlott sebaldu der richtige Weg in die Zukunft ist.

Ich versichere Ihnen, dass wir diese Entwicklung nicht nur seit Jahren intensiv verfolgen, sondern dass wir ganz aktuell in interessanten Gesprächen sind und bleiben. Gleiches gilt für mögliche Chancen zum externen Wachstum in unseren Geschäftsfeldern *direct marketing* und *digital services*.

Wie in der Vergangenheit dürfen Sie jedoch sicher sein, dass wir uns auf keine unkalkulierbaren Abenteuer einlassen. Wertorientiertes Management steht für uns als oberstes Ziel. Im Tagesgeschäft heißt das, dass wir unsere Rendite auf das eingesetzte

Kapital durch die den Anforderungen entsprechende Ausstattung, hocheffiziente Prozesse und optimalen Ressourceneinsatz ausweiten werden. Und Wachstum – organisch wie durch Akquisitionen – wird immer mit einer Fokussierung auf eine Rendite oberhalb der Kapitalkosten einhergehen.

So wollen wir heute und in Zukunft Ihre Ansprüche an ein kontinuierliches Ertragspotenzial mit einer kontinuierlichen und gewinnorientierten Dividendenpolitik erfüllen.

Wertorientiertes Management steht für uns als oberstes Ziel.

Meine Damen und Herren,

ich bin mit meinen Vorstandskollegen überzeugt davon, dass wir die *schlott sebaldu Gruppe* bis zum Jahresende so aufgestellt haben, dass wir intern kostenoptimiert und mit niedrigstmöglicher Break-Even-Schwelle agieren können. So sind wir 2003 – im zu erwartenden positiveren wirtschaftlichen Umfeld – in der Lage, unsere Position im Markt nachhaltig zu stärken und auszubauen. Mögliche Akquisitionschancen werden wir dabei immer dann nutzen, wenn sie Mehrwert generieren. Auch hier sind wir auf gutem Wege!

Bevor wir jetzt in die Diskussion einsteigen, erlauben Sie mir bitte, zum Schluss meiner Rede kurz auf den Tagesordnungspunkt 1 einzugehen:

Zwischen der *schlott sebaldu AG* und der *Sebaldu Beteiligungs GmbH* wurde am 14. Dezember 2001 ein Ergebnisabführungsvertrag abgeschlossen. Entsprechend dieser Vereinbarung werden sowohl Gewinne als auch Verluste an die AG abgeführt beziehungsweise von dieser übernommen.

Der Vertrag wurde zur steuerlichen Optimierung des Konzerns abgeschlossen. Aufgrund einer gesetzlichen Änderung im Jahr 2001 wären Teile der Betriebsausgaben bei der *schlott sebaldu AG*, die auf die *Se-*

baldu Beteiligungs GmbH zuordenbar sind, sonst nicht mehr abzugsfähig. Der Vertrag hat eine Laufzeit vom 1. Januar 2001 bis 31. Dezember 2005 und kann frühestens zum Ende der Laufzeit gekündigt werden. Es sei denn, es besteht ein wichtiger Grund.

Ein wichtiger Grund wäre beispielsweise, wenn die *Sebaldu Beteiligungs GmbH* nicht mehr dem Konzernverbund angehören würde. Im Sinne des erwähnten Optimierungspotenzials bitten wir Sie nachher um Ihre Zustimmung zu diesem Vertrag.

Für Ihre Aufmerksamkeit danke ich Ihnen herzlich und stehe Ihnen jetzt gemeinsam mit meinen Vorstandskollegen gerne für Ihre Fragen zur Verfügung.