

## **„Wachstumsstarke Verbindungen“**

**Ansprache vor den Aktionären der NORMA Group AG auf der Hauptversammlung  
am 23. Mai 2012 in Frankfurt am Main**

**Werner Deggim, Vorsitzender des Vorstands**

### **Es gilt das gesprochene Wort**

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

ich begrüße Sie ganz herzlich – auch im Namen meiner Vorstandskollegen – zur ersten Hauptversammlung der NORMA Group und freue mich, dass Sie unserer Einladung gefolgt sind.

Üblicherweise fällt es mir bei der Rückschau auf ein Geschäftsjahr schwer, den *einen* Höhepunkt aus einer Vielzahl von herausragenden Momenten herauszupicken und zu sagen: Das war das Wichtigste. Heute ist das anders, heute fällt es mir ausgesprochen leicht, den magischen Moment des Jahres 2011 zu benennen. Sie wissen, worauf ich hinaus will.

Der Moment, der auf diesem Bild festgehalten ist, war sicher der bedeutendste Augenblick des abgelaufenen Geschäftsjahres für die NORMA Group. Am 8. April 2011

haben wir das Unternehmen an die Börse geführt. Der Glockenschlag auf dem Parkett der Frankfurter Wertpapierbörse hat ein neues Kapitel eingeläutet. Dieser Moment war für uns Abschluss und Auftakt zugleich. Monatelang haben viele Mitarbeiter auf dieses Ziel – den Börsengang - hingearbeitet. Roadshows durch die wichtigsten Finanzplätze wie London, Paris, New York oder Boston gehörten dazu. Sie können sich vorstellen, dass die Anspannung – auch aufgrund der volatilen Märkte – sehr groß war. Umso größer war aber auch die Freude, als wir den Börsengang dann umgesetzt hatten. Und dies höchst erfolgreich. Wir haben 16 Millionen Aktien ausgegeben mit einem gesamten Emissionsvolumen von 336 Millionen Euro und sind bereits zwei Monate später – im Juni 2011 – in den Aktienindex SDAX aufgestiegen.

Bevor ich auf das Geschäftsmodell und die Entwicklung von NORMA Group im Jahr 2011 zu sprechen komme, möchte ich zunächst Ihre Aufmerksamkeit darauf lenken, dass Sie alle, wenn auch sicher unbewusst, im Alltag mit NORMA Group zu tun haben. Unsere Produkte finden Sie in Zügen und Flugzeugen, in Wasserleitungen und in zahlreichen Haushaltsgeräten. Und obwohl sie nur einen geringen Teil des jeweiligen Endproduktes ausmacht, ist die von uns entwickelte Verbindungstechnik von großer Bedeutung hinsichtlich der Qualität und Leistungsfähigkeit der Produkte unserer Kunden – seien es Waschmaschinen, PKWs oder Schiffe.

„Das Wesentliche bleibt den Augen meist verborgen.“ Der berühmte französische Schriftsteller Antoine de Saint Exupery hat dies in einem ganz anderen Zusammenhang gesagt. Dennoch trifft der Satz voll und ganz auf die Produkte der NORMA Group zu – sie sind, wenn auch auf den ersten Blick nicht sichtbar, dennoch unverzichtbar.

Soweit die Poesie, nun zu den Fakten.

Die erste Hauptversammlung möchte ich auch dazu nutzen, um Ihnen neben unseren Geschäftszahlen auch das Unternehmen näher zu bringen. Ich werde Ihnen zunächst einen Einblick in die NORMA Group geben und Ihnen anschließend Meilensteine sowie die finanziellen Eckdaten des vergangenen Geschäftsjahres vorstellen. Nach der Zusammenfassung unserer Ergebnisse im ersten Quartal 2012 schließe ich die Präsentation mit einem Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr ab und freue mich dann auf den Meinungs- und Gedankenaustausch mit Ihnen.

## **Geschäftsmodell**

Wie ich eingangs erwähnt habe, war unser Börsengang nicht nur Abschluss eines sehr arbeitsintensiven Projektes, er war auch der Auftakt einer neuen Phase in der Erfolgsgeschichte der NORMA Group. Von einem klassischen Mittelständler haben wir uns über die Jahre zu einem börsennotierten, global agierenden Unternehmen entwickelt. Durch das Listing an der Börse besitzen wir nun die zusätzliche finanzielle Flexibilität, um unsere Wachstumschancen voll auszuschöpfen. Damit werden wir Werte für Sie, unsere Aktionäre, schaffen. Die starke Ausgangsposition der NORMA Group und unser **Geschäftsmodell**, das auf weiteres Wachstum ausgelegt ist, stimmen uns sehr zuversichtlich.

Was heißt das genau?

Unser Unternehmen fertigt und vertreibt ein breites Sortiment an Verbindungslösungen – es sind inzwischen über 35.000 Produkte in drei Produktkategorien: Befestigungsschellen, Verbindungselemente und Fluidsysteme.

Neben der Diversifizierung über die unterschiedlichen Kundenbranchen in verschiedenen geographischen Regionen – wir sprechen hier von über 10.000 Kunden in 90 Ländern – bringt uns vor allem unser einzigartiges, kundenorientiertes Vertriebskonzept signifikante Wettbewerbsvorteile. Wir arbeiten mit unseren Kunden je nach Bedarf auf zwei unterschiedlichen Vertriebswegen zusammen. Diese Vertriebswege heißen Engineered Joining Technology sowie Distribution Services.

Zunächst: Was machen wir, wenn wir von **Engineered Joining Technology** sprechen? Mit diesem Vertriebsweg beliefern wir Erstausrüster, so genannte Original Equipment Manufacturing-Kunden, mit maßgeschneiderten, hochtechnologischen Produkten. Erstausrüster können zum Beispiel Maschinen-, Auto-, Schiffs- oder Flugzeugbauer sein, Hersteller von Haushaltsgeräten und vieles andere mehr. Wir entwickeln für unsere Kunden innovative Lösungen mit hohem Wertschöpfungspotenzial für unterschiedlichste Anwendungsfelder und Märkte. Die Produkte werden jeweils den spezifischen Bedürfnissen der einzelnen Kunden angepasst – und zwar ganz egal, ob es sich um ein einfaches Bauteil, ein Mehrkomponententeil oder ein komplexes System handelt. Unsere Teams, die nach Branchen aufgeteilt sind, verfügen über einen direkten Draht zu den Entscheidungsträgern unserer Kunden. Damit stellen wir sicher, dass die Anforderungen des Kunden verstanden und in den Produktlösungen schlussendlich punktgenau umgesetzt werden. Dank unserer starken Forschungs- und Entwicklungseinheiten verfügen wir über das größte Angebot an Produkten und Lösungen der gesamten

Branche und sind globaler Marktführer in diesem Bereich. Bezogen auf unseren Konzernumsatz macht der Bereich Engineered Joining Technology gut zwei Drittel aus.

Das verbleibende Drittel erwirtschaften wir im anderen Vertriebsbereich: **Distribution Services**. Dort vertreiben wir ein Sortiment qualitativ hochwertiger, standardisierter Verbindungsprodukte über verschiedene Vertriebskanäle. Die Produkte und Lösungen, die NORMA Group im Bereich Distribution Services herstellt, sind in den unterschiedlichsten Anwendungsbereichen einsetzbar. Unsere Kunden sind beispielsweise Vertriebsunternehmen, Fachgroßhändler oder Baumärkte. In Distribution Services verfügen wir nicht nur über eine beispiellose geografische Präsenz, sondern auch über starke Marken, die im Markt bestens bekannt sind.

Alle unsere Lösungen und Produkte sind **funktionskritisch** für die Endanwendungen. Sie mögen zwar, wie bereits erwähnt, nur ein kleiner Baustein im Endprodukt sein. Trotzdem sind sie von großer Bedeutung. Ohne unsere Produkte könnten beispielsweise Waschmaschinen Wasser verlieren und Motoren in Kraftfahrzeugen heiß laufen. Unsere Kunden vertrauen unseren hochwertigen Produkten. Sie wissen, dass NORMA Group für höchste Qualität steht. Auf uns kann man bauen – und mit unseren Produkten kann man arbeiten. Und zwar verlässlich. Nur so sind auch unsere Kunden in der Lage, Garantien zu erfüllen und ihr Image zu stärken.

Das vergangene Geschäftsjahr bestätigt erneut, dass unsere Strategie richtig ist und unsere Produkte überzeugen. 2011 hat NORMA Group das beste Ergebnis ihrer Geschichte erzielt. Wir haben Höchstwerte sowohl bei Umsatz als auch beim Ergebnis

verzeichnet. Die Rekorde zeigen, dass wir nicht nur in der Lage waren, stark zu wachsen, sondern gleichzeitig auch die Profitabilität zu steigern.

### **Meilensteine 2011**

Erlauben Sie mir, meine Damen und Herren, Ihnen zunächst einen Überblick über **die Höhepunkte des vergangenen Jahres** zu geben.

Als Börsenneuling haben wir Quartal für Quartal Rekordzahlen veröffentlicht und gezeigt, wie gut unser Geschäftsmodell funktioniert. Unser Umsatz ist 2011 um 18,5 Prozent auf 581,4 Millionen Euro gewachsen. Wir sind damit stärker als der Markt gewachsen, was zeigt, wie erfolgreich die NORMA Group aufgestellt ist. Die Nachfrage nach unseren Produkten war so hoch wie nie und wir gehen davon aus, dass sie im laufenden Jahr weiter wachsen wird.

Mit dem starken Wachstum haben wir außerdem gezeigt, dass unser Unternehmen äußerst robust ist gegenüber gesamtwirtschaftlichen Unsicherheiten wie wir sie im Zuge der Staatsschulden- und Eurokrise im vergangenen Jahr erlebt haben. Wir sind in der Lage, in einem herausfordernden Umfeld flexibel zu reagieren. Das können wir, weil wir in Bezug auf Produkte, Regionen und Endmärkte stark diversifiziert und dadurch breit aufgestellt sind. Um unsere Präsenz in den verschiedenen Märkten in der Welt weiter auszubauen, haben wir im vergangenen Jahr zahlreiche Investitionen getätigt.

Damit komme ich zu einem weiteren Höhepunkt des vergangenen Jahres: zum **Ausbau unserer internationalen Präsenz**. Hier haben wir insgesamt deutliche Fortschritte erzielt. Am deutlichsten erkennen Sie diese an unseren neuen Werken, die wir in Thailand und Serbien errichtet haben. Außerdem haben wir unsere Präsenz in China, Indien und Brasilien ausgeweitet.

Kommen wir gleich zur **Region Asien-Pazifik**: Um an der positiven Entwicklung dieser dynamischen Wachstumsregion stärker zu partizipieren, haben wir in Thailand im Mai 2011 einen Produktionsstandort für die Herstellung von Fluidsystemen eröffnet. Unser Werk liegt in Chongburi, 80 Kilometer südöstlich von Bangkok. Die Fluidsysteme, die wir in diesem Werk herstellen, sind hauptsächlich für asiatische Märkte geplant: 75 Prozent der Produkte werden nach Malaysia, Indonesien, Vietnam, Taiwan, Hongkong, Australien und auf die Philippinen verkauft. Neben dem neuen Werk in Thailand haben wir unsere Standorte in China und Indien ausgebaut. In Indien haben wir im zweiten Quartal 2011 die Anteile unseres Joint-Venture-Partners übernommen, um unsere Strategien schneller umsetzen zu können. Derzeit stellen wir unseren neuen Standort in Pune fertig. In China haben wir im letzten Jahr unseren Produktionsstandort in Qingdao erweitert.

Auch im Bereich Distribution Services haben wir mit neuen Niederlassungen die Expansion im asiatisch-pazifischen Raum fortgesetzt und unser Vertriebsnetzwerk ausgebaut: Zu Beginn des Jahres 2012 haben wir eine neue Repräsentanz in Ho Chi Minh Stadt in Vietnam eröffnet. In diesem Monat werden weitere Niederlassungen in Manila auf den Philippinen und in Jakarta in Indonesien, hinzukommen. Mit den neuen Repräsentanzen erschließen wir neue Märkte der Region, um dort unsere Marken

einzuführen und landesweite Vertriebspartnerschaften aufzubauen. In Ländern wie Malaysia, Thailand, Indien und China, wo die NORMA Group bereits mit Niederlassungen vertreten ist, bauen wir unsere Vertriebsmannschaft stetig aus. Zuletzt haben wir ein Vertriebsbüro in Shanghai in China eröffnet. Auch in Indien haben wir den Vertrieb weiterentwickelt: Mit über 30 Vertriebspartnern decken wir die fünf bedeutendsten Industrieregionen ab.

In der **Region Amerika** haben wir in Brasilien im August 2011 einen Vertriebsstandort eröffnet. Mit dem Büro im Süden von São Paulo werden wir unseren Zugang zu den überdurchschnittlich wachsenden südamerikanischen Märkten weiter ausbauen. Es ist ein wichtiger Bestandteil unserer Wachstumsstrategie, in denjenigen geografischen Märkten zu investieren, in denen wir bisher noch nicht so stark vertreten sind. Mit dem Aufbau unseres Vertriebsstandorts in Brasilien können wir diesen bisher weißen Fleck mit Farbe füllen.

Auch in **Europa** haben wir in den Ausbau unseres Unternehmens investiert. In Serbien haben wir im Juli 2011 einen neuen Produktionsstandort für Fluidsysteme in Betrieb genommen. Das Werk befindet sich in Subotica, 10 Kilometer von der Grenze zu Ungarn entfernt, und produziert mehrheitlich Produkte für die große Nachfrage aus West- und Osteuropa. Das lokale Team hat bereits erste renommierte Neukunden gewonnen und wird damit zum Umsatzwachstum der NORMA Group beitragen. Aktuell sind in Subotica etwa 131 Mitarbeiter beschäftigt. Mit zunehmender Produktionsauslastung soll die Beschäftigtenzahl auf 350 steigen.



Wo wir gerade bei der großen Nachfrage in Osteuropa sind, stelle ich Ihnen kurz unseren Beitrag für die Fußball-Europameisterschaft in Polen und der Ukraine vor. In 16 Tagen rollt der Ball und wir können uns auf spannende Spiele freuen. Was hat die NORMA Group damit zu tun? Das **Stadion in Kiew**, in dem am 1. Juli das Finale stattfindet, haben wir mit insgesamt 40.000 Rohrverbindern für die 13 Kilometer langen Abwasserleitungen in der Arena ausgestattet. Damit stellen wir sicher, dass das komplette Rohrsystem inklusive unserer Verbinder absolut dicht ist und einem erheblichen Unterdruck standhält. Sie sehen, unsere Produkte sind zwar klein und bleiben dem Auge verborgen, ihre Wirkung ist aber unverzichtbar, selbst für ein Großereignis wie der Europameisterschaft.

Zu den besonders erfreulichen Fakten darf ich sicherlich auch die **Neuanmeldungen von 58 Patenten** in 23 Patentfamilien im Jahr 2011 zählen. Diese spiegeln unser exzellentes technisches Know-how und unsere hohe Innovationskraft wider. Insgesamt sichern über 250 Patente sowie mehr als 100 ausstehende Patentanträge unsere führende Technologieposition im Weltmarkt ab.

Wir erhöhen unsere Wachstumschancen durch kontinuierliche Investitionen in Produktinnovationen. Alleine 2011 flossen 16,8 Millionen Euro in Forschung und Entwicklung – über 4 Prozent des Umsatzes im Bereich Engineered Joining Technology. Zum 31. Dezember 2011 haben wir im Bereich Forschung und Entwicklung 174 Mitarbeiter weltweit beschäftigt, davon über 80 im Bereich Anwendungsentwicklung, knapp 40 in der Produktentwicklung und über 50 in der Prozessentwicklung. Dies zeigt, dass wir unsere Position als Technologieführer stetig und nachhaltig stärken.

## Umsatz- und Ertragsentwicklung 2012

Meine Damen und Herren,  
lassen Sie mich nun auf die **Umsatz- und Ertragsentwicklung des vergangenen Geschäftsjahres** näher eingehen.

Wie ich bereits erwähnt habe, hat die NORMA Group 2011 trotz weltwirtschaftlicher Unsicherheiten das bislang beste Jahr in der Konzerngeschichte verzeichnet und Höchstwerte in allen relevanten Parametern erzielt. Wir haben alle Ziele, die wir uns für 2011 gesetzt hatten, erreicht und teilweise deutlich übertroffen.

Der **Konzernumsatz** ist im Geschäftsjahr 2011 um 18,5 Prozent auf 581,4 Millionen Euro gestiegen. Gegenüber dem Vorjahreswert von 490,4 Millionen Euro hat sich der Umsatz um mehr als 90 Millionen Euro erhöht. Mit 13,4 Prozent ist der Löwenanteil dieses Anstiegs durch organisches Wachstum entstanden, das aus der weltweit gestiegenen Nachfrage nach unseren qualitativ hochwertigen Verbindungslösungen resultiert. Das weitere Wachstum ist auf Akquisitionen zurückzuführen. Die Integration der beiden bereits 2010 erworbenen amerikanischen Unternehmen R.G.Ray und Craig Assembly haben wir im vergangenen Jahr abgeschlossen. Insgesamt haben sie 32,0 Millionen Euro zum Umsatz beigesteuert.

Das bereinigte Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit, das so genannte **bereinigte EBITA**, hat sich um 20,2 Prozent auf 102,7 Millionen Euro verbessert. Beide Vertriebsbereiche sowie alle drei regionalen Berichtssegmente – mehr dazu gleich – haben zu dieser

Verbesserung beigetragen. Die operative Marge auf Basis des bereinigten EBITA erreichte 17,7 Prozent und lag damit über dem Vorjahreswert von 17,4 Prozent. Sie merken an dieser Stelle, dass nicht nur unser Umsatz gewachsen ist, sondern dass wir insgesamt profitabler gewirtschaftet haben als im Vorjahr.

Auf Konzernebene ist das **bereinigte Ergebnis nach Steuern** von 48,2 Millionen Euro im Jahr 2010 auf 57,6 Millionen Euro gestiegen. Daraus ergibt sich ein bereinigtes Ergebnis von 1,92 Euro je Aktie.

Aufgrund des guten Ergebnisses und unserer Zuversicht für die weitere positive Entwicklung des Konzerns schlagen wir Ihnen, sehr geehrte Aktionäre, eine **Dividende** von 60 Cent je Aktie vor. Dies entspricht bei knapp 32 Millionen Aktien einem Ausschüttungsbetrag von 19,1 Millionen Euro. Dadurch wird eine Ausschüttungsquote von 33,2 Prozent des Periodenergebnisses erreicht. Dies entspricht unseren Zielen für eine nachhaltige Dividendenpolitik. Diese besagt, dass wir – sofern es die künftige wirtschaftliche Situation erlaubt – 30 bis 35 Prozent des Konzernjahresergebnisses als Dividende ausschütten. Damit wollen wir Ihnen eine angemessene Rendite für Ihr Investment bieten und Sie am Wachstum der NORMA Group teilhaben lassen.

Meine Damen und Herren,

werfen wir nun einen genaueren Blick auf die **einzelnen Regionen**. Das Auslandsgeschäft unseres Unternehmens gewinnt weiter an Bedeutung. 2011 haben wir bereits 61,7 Prozent des Konzernumsatzes im Ausland erwirtschaftet, 2010 waren es noch 56,3 Prozent. Wir unterteilen unser Geschäft in die drei regionalen Segmente:

EMEA, Amerika und Asien-Pazifik. In allen drei Regionen hat die NORMA Group 2011 sowohl Umsatz als auch Ergebnis gesteigert.

In der **Region EMEA**, also in Europa, dem Nahen Osten und Afrika, hat sich unser Geschäft 2011 erfreulich entwickelt. Das gilt sowohl für den Euro-Raum und als auch für die osteuropäischen Märkte. Der Umsatz in der Region EMEA ist insgesamt um mehr als 10 Prozent auf 372,7 Millionen Euro gestiegen. Und wir bauen unsere Tätigkeiten weiter aus: Nach dem Start der Produktion in Russland 2010 haben wir, wie ich bereits erwähnt habe, im Juli 2011 einen neuen Produktionsstandort in Serbien in Betrieb genommen.

Unser Geschäft in der **Region Amerika** hat sich 2011 äußerst positiv entwickelt. Der Umsatz stieg von 123,8 Millionen Euro auf 173 Millionen Euro, eine Steigerung von fast 40 Prozent. Neben einem starken organischen Wachstum haben die Konsolidierungseffekte aus den Akquisitionen von R.G.Ray und Craig Assembly zu diesem Anstieg beigetragen. Das Unternehmen R.G.Ray ist ein führender Entwickler und Hersteller von hochtechnologischen Spezialverbindungen zur Anwendung in Motoren, Pumpen- und Filtersystemen sowie in Flugzeugen, Lastkraftwagen und einer Vielzahl weiterer Industrieanwendungen. Craig Assembly ist ein führender Hersteller und Lieferant von hochentwickelten Quick-Connectoren. Beide Gesellschaften passen hervorragend in unser Portfolio und vervollständigen unsere Produktpalette im Bereich der Verbindungstechnik. Mit diesen Übernahmen haben wir unsere Präsenz in Nordamerika deutlich gestärkt. In Südamerika haben wir mit der Eröffnung eines Vertriebsstandortes in Brasilien Fortschritte erzielt. Ich hatte Ihnen bereits davon berichtet.

Erneut dynamisch gewachsen ist unser Geschäft in der **Region Asien-Pazifik**. Der Umsatz erhöhte sich um 19,1 Prozent auf knapp 36 Millionen Euro. Obwohl der Umsatzanteil dieser Region mit 6 Prozent noch relativ gering ist, nimmt seine Bedeutung für unser künftiges Wachstum stetig zu. – Betrachtet man den Umsatzanteil bezogen auf die Bestimmungsregion, also inklusive der importierten Umsätze aus anderen Regionen, lag er bereits bei rund 10 Prozent. – Mit dem Anstieg des Lebensstandards in den dortigen Schwellenländern erhöht sich auch die Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Produkten. Durch den konsequenten Ausbau unserer Aktivitäten in den attraktiven Märkten zielen wir darauf, die Potenziale in dieser Region noch besser zu erschließen und an dem Wachstum stärker zu partizipieren. Wir wollen Marktanteile sowohl bei internationalen Kunden als auch verstärkt bei lokalen Produzenten und Distributoren hinzugewinnen. Unser Fokus liegt auf der Errichtung einer leistungsstarken Operations- und Supply-Chain-Organisation. Unser regionales Management in Singapur implementiert derzeit die dafür erforderliche Struktur. Auch die bereits erwähnte Eröffnung unseres Produktionsstandorts in Thailand, der Ausbau der Standorte in China und Indien sowie unserer Vertriebsaktivitäten im asiatischen Raum sind Maßnahmen, mit denen wir unsere Entwicklung in dieser schnell wachsenden Region forcieren.

### **Weitere Finanzkennzahlen**

Meine Damen und Herren,  
kommen wir nun zu einem Überblick über die **Finanzlage** der NORMA Group. Auch an diesen Zahlen werden Sie sehen, dass das zurück liegende Geschäftsjahr außerordentlich erfolgreich gewesen ist.

Mit dem Emissionserlös aus dem Börsengang haben wir einen bedeutenden Teil unserer Finanzverbindlichkeiten zurückgezahlt und verfügen nun über eine gestärkte Eigenkapitalbasis. Nach 78,4 Millionen Euro im Vorjahr ist das **Eigenkapital** im Jahr 2011 auf 256 Millionen Euro angewachsen. Die **Eigenkapitalquote** hat sich dadurch signifikant auf 39,5 Prozent verbessert. Die **Nettoverschuldung** haben wir erheblich reduziert: von 344,1 auf 198,5 Millionen Euro zum Jahresende 2011. Das **Gearing**, also die Nettoverschuldung im Verhältnis zum Eigenkapital, wurde somit von 4,4 zum Ende des Jahres 2010 auf 0,8 verbessert. Auch der bereinigte operative **Netto-Cashflow** hat unsere Erwartungen erfüllt und stieg trotz des hohen Wachstums auf 66,8 Millionen Euro, im Vorjahr waren es noch 51,7 Millionen Euro.

Mit dem Börsengang habe ich eingangs bereits den Höhepunkt des vergangenen Jahres angesprochen. Die Entwicklung des **Aktienkurses** ist seither für Sie wie für uns ein wichtiges Thema, das auch mir besonders am Herzen liegt. Leider hat sich die erfolgreiche Unternehmensentwicklung nicht im gewünschten Maß im Aktienkurs widergespiegelt. Einerseits hat die Sorge um die Finanzstabilität einzelner Euro-Länder und die Zuspitzung der Finanzmarktkrise den Kurs der NORMA-Aktie trotz unvermindert positiver Unternehmensnachrichten nach unten gezogen. Zum anderen müssen wir als Börsenneuling selbstverständlich erst einmal beweisen, dass wir unsere Zusagen an den Kapitalmarkt auch halten. Nach einem Jahrestief Anfang Oktober 2011 hat sich die Aktie gut erholt und schloss zum Ende des Jahres 2011 mit 16 Euro aus dem XETRA-Handel. Die letztlich positive Entwicklung sehen wir als Beweis dafür, dass sich die Aktie der NORMA Group langsam aber sicher auf dem Kapitalmarkt etabliert.

Den Rückblick auf das vergangene Jahr möchte ich mit einigen Worten zu unseren **Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern** abschließen. Zum 31. Dezember 2011 beschäftigten wir 4.252 Mitarbeiter, diese Zahl schließt Leiharbeitnehmer mit ein. Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Mitarbeiterzahl um 422 Beschäftigte oder 11 Prozent. Wir sind ein global tätiges Unternehmen und so arbeiten rund 80 Prozent unserer Mitarbeiter außerhalb Deutschlands.

Die Qualifikation und das Engagement unserer Mitarbeiter sind entscheidend für unseren Erfolg. Im Jahr 2011 haben wir durchschnittlich 30 Stunden pro Mitarbeiter für Weiterbildung aufgewendet. Für das hohe Engagement unsere Mitarbeiter sprechen neben einer niedrigen Fehlzeitenquote und einer geringen Fluktuation vor allem die hervorragenden Geschäftsergebnisse des vergangenen Jahres. Ich bin sehr stolz auf alle Mitarbeiter, die zu diesem Erfolg beigetragen haben und möchte ihnen für ihre ausgezeichneten Leistungen sehr herzlich danken. Ich denke, sehr geehrte Aktionäre, dass ich auch in Ihrem Namen den Dank an unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aussprechen darf.

## **Megatrends**

Meine Damen und Herren,  
bevor ich den **Blick nach vorne** werfe und Ihnen unsere Erwartungen für das laufende Geschäftsjahr schildere, möchte ich Ihnen die wichtigsten Faktoren vorstellen, die unsere Wachstumschancen begünstigen.

Wir sehen für unser Produktportfolio eine steigende Nachfrage besonders vor dem Hintergrund von drei **globalen und technologischen Megatrends**:

- Modularisierung,
- Individualisierung und
- Emissionsreduktion.

Erlauben Sie mir, Ihnen den Zusammenhang zwischen diesen Megatrends und unseren Produkten kurz zu erläutern.

Kommen wir zum Megatrend **Modularisierung**: Bei Produktionsprozessen werden verstärkt Module eingesetzt. Damit ist ein Unternehmen in der Lage, die Bauteile schneller einzubauen und die Produktionsabläufe effizienter zu gestalten. Die NORMA Group bietet innovative Lösungen für verbesserte Produktionsprozesse. Ein Beispiel sind spezifische Verbindungselemente für eine schnellere und effizientere Montage.

Auch auf den zweiten Megatrend, die **Individualisierung**, ist unser Geschäftsmodell ausgerichtet. In unserem Geschäftsfeld Engineered Joining Technology, wo die Produkte entsprechend der spezifischen Kundenbedürfnisse maßgeschneidert werden, erzielen wir mit gut zwei Drittel bereits den Löwenanteil unseres Umsatzes. Die Ingenieure der NORMA Group entwickeln für und mit Kunden oft drei bis fünf Jahre vor dem Produktionsbeginn des Endprodukts individuelle technische Lösungen im Bereich Verbindungstechnologie. Veränderte Kundenanforderungen haben eine steigende Nachfrage nach hochentwickelter Verbindungstechnik und einen höheren Anteil unserer



Komponenten in den Endprodukten zur Folge. So können wir noch stärker wachsen, als es unsere Kunden-Endmärkte ohnehin tun.

Über den dritten Trend **Emissionsreduktion** wissen Sie alle als PKW-Fahrer bestens Bescheid. Die Umweltvorgaben werden immer strenger und Emissionen müssen weltweit immer weiter reduziert werden. Zusätzlich steigen die Kraftstoffkosten, und Produzenten sehen sich einem wachsenden Kostendruck gegenüber. Ein Beitrag zur Verringerung von Emissionen und zur Steigerung der Motoreffizienz sind leichtere Nutzfahrzeuge sowie energiesparende Verbindungstechnik. Die NORMA Group trägt mit gewichtssparenden Produkten und mit innovativen Lösungen, wie speziellen Fluidsystemen zur Abgasnachbehandlung, dazu bei, Emissionen und den Energieaufwand zu reduzieren.

## **Ausblick**

Meine Damen und Herren,

lassen Sie mich jetzt etwas zum **Ausblick auf die Entwicklung** von NORMA Group in der näheren Zukunft sagen. Dass wir unsere Weiterentwicklung positiv sehen und mit Wachstum rechnen, habe ich bereits angedeutet. Lassen sich mich ein bisschen weiter ausholen, um Ihnen ein besseres Gesamtbild zu geben.

Für das Jahr 2012 erwartet der Vorstand der NORMA Group aus heutiger Sicht, dass die Weltwirtschaft weiter wächst. Allerdings wird die Dynamik geringer sein als im Vorjahr.

Wachstumsimpulse erwarten wir vor allem aus den so genannten BRIC-Staaten, das heißt Brasilien, Russland, Indien und China, sowie anderen Schwellenländern.

Dass das **weltwirtschaftliche Umfeld** nach wie vor fragil bleibt, können Sie der täglichen Presse entnehmen. In Europa bleibt die Bekämpfung der europäischen Staatsschuldenkrise im Fokus. Trotz dieses Umfelds stehen wichtige Absatzländer und Kundenindustrien der NORMA Group vergleichsweise solide da. Die meisten Unternehmen im Maschinen- und Anlagenbau sowie die Automobilindustrie sind dank einer hohen Kapazitätsauslastung und einem zum Teil großen Auftragspolster zuversichtlich in das Jahr 2012 gestartet.

Der **Maschinen- und Anlagenbau** geht von weiterem Wachstum aus. Der Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau VDMA erwartet für das laufende Jahr einen weiteren Zuwachs bei Produktion, Umsatz, Export und Beschäftigung. Der Verband geht von einem Produktionsanstieg in Höhe von 4 Prozent aus, unter der Voraussetzung, dass die Eurokrise eingedämmt wird.

Für die **Automobilindustrie** gibt es unterschiedliche Prognosen. Während Experten von der Universität Duisburg-Essen ebenso wie Meinungsumfragen von einer Stagnation ausgehen, rechnet der Verband der Automobilindustrie VDA mit einem weltweiten Wachstum von 4 Prozent auf rund 68 Millionen PKW. Für die von der Schuldenkrise betroffenen Länder erwartet der Branchenverband jedoch ein schwieriges Jahr.

Die **Bauproduktion** in Europa wird 2012 gemäß der Vorhersage des europäischen Bauforschungsnetzwerks Euroconstruct einen weiteren Rückgang um 0,3 Prozent verzeichnen. Infolge der Schuldenkrise verzögert sich die Branchenerholung damit um

ein weiteres Jahr. Für 2013 und 2014 rechnet Euroconstruct mit Steigerungen der Bauproduktion von 1,8 bis 2 Prozent. In Deutschland dürfte die Bauwirtschaft auch 2012 weiter zulegen. Nach Angaben des statistischen Bundesamts wurden in den ersten neun Monaten 2011 in Deutschland 167.000 Baugenehmigungen für Wohnungen erteilt. Das ist ein Anstieg von 21,6 Prozent. Für 2011 insgesamt hat sich der positive Trend des Vorjahres damit beschleunigt fortgesetzt und dürfte sich auf 2012 positiv auswirken.

Zentral ist für unser Unternehmen, dass sich das Geschäft wichtiger Kunden bislang überwiegend erfreulich entwickelt hat.

Damit kommen wir vom Marktausblick zu den Aussichten für die **NORMA Group**. In der Vergangenheit waren wir in der Lage, Umsatz und Ergebnis kontinuierlich zu steigern. Durch die beiden Vertriebswege Engineered Joining Technology und Distribution Services, die internationale Expansion sowie durch kontinuierliche Innovationen wollen wir auch künftig stärker wachsen als der Markt.

Die **internationale Ausrichtung** der NORMA Group werden wir durch den Ausbau unseres Vertriebsnetzes und unserer Produktionsstandorte sowie durch den weiteren Aufbau von lokalem Entwicklungs-Know-how weiter vorantreiben. Im Fokus steht insbesondere der Ausbau unserer Standorte in Brasilien, China und Indien, um stärker an dem Wachstum der dortigen Märkte zu partizipieren.

In der **Region Asien-Pazifik** erwarten wir für das laufende Jahr ein Umsatzwachstum im oberen einstelligen Prozentbereich. Dieser Zuwachs wird begünstigt durch ein solides

Wachstum in China und den Ausbau unserer Aktivitäten in einigen asiatischen Märkten sowie Marktanteilsgewinne. Wie ich zu Beginn meiner Rede bereits erwähnt habe, ist die Region Asien-Pazifik sehr bedeutend für unser Unternehmen. Auch wenn der Umsatzanteil dieser Region aktuell noch gering ist, sind wir davon überzeugt, dass wir die richtigen Maßnahmen getroffen haben, um dort verstärkt zu wachsen.

Der **nordamerikanische Markt** hat sich als ein wichtiger Pfeiler unseres Wachstums im vergangenen Jahr erwiesen und nimmt auch 2012 die Rolle des Zugferds ein. Nach dem soliden Wachstum des Vorjahres ist der Höchststand auf dem nordamerikanischen Markt noch nicht erreicht. Besonders in den Bereichen Nutzfahrzeuge und Oberklassefahrzeuge erwarten wir ein Marktwachstum im laufenden Jahr. In der Region Amerika zeichnet sich daher ein solides und leicht wachsendes Geschäft im niedrigen einstelligen Prozentbereich ab.

In der **Region EMEA** ist die Lage je nach Land unterschiedlich. Während wir für Deutschland und die meisten nordeuropäischen Märkte ein leichtes Wachstum erwarten, sind insbesondere die Märkte im Süden Europas weiterhin von der Staatsschuldenkrise beeinflusst. In Summe sollten sich die einzelnen Märkte in dieser Region in etwa ausgleichen können.

Richten wir noch einen kurzen Blick auf die Entwicklung unserer **zwei Vertriebswege**: Im Bereich Engineered Joining Technology gehen wir 2012 von einem deutlichen Umsatzanstieg aus, unter anderem aufgrund neuer Produkteinführungen. Für den Bereich Distribution Services sehen wir für 2012 ein moderates Umsatzwachstum,

welches sich typischerweise am Wachstum des jeweiligen Bruttoinlandprodukts orientiert.

### Q1 2012 und Prognose

Meine Damen und Herren,

kommen wir nun zum **ersten Quartal** dieses Jahres und anschließend zu unserer **Prognose** für die NORMA Group im Geschäftsjahr 2012.

Im **ersten Quartal 2012** haben wir unseren Wachstumskurs fortgesetzt und sowohl Umsatz als auch Ergebnis weiter gesteigert.

Der **Konzernumsatz** ist in den ersten drei Monaten um 6,3 Prozent auf 159,7 Millionen Euro angestiegen, im Vorjahr lag er noch bei 150,3 Millionen Euro. Besonders kräftig hat der Umsatz in den Regionen Amerika und Asien-Pazifik zugelegt. In der Region EMEA, also in Europa, im Mittleren Osten und in Afrika, blieben die Erlöse in etwa konstant.

Das bereinigte betriebliche Ergebnis **EBITA** der NORMA Group ist im ersten Quartal 2012 auf 29,2 Millionen Euro gewachsen, ein Plus von 2,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal. Die bereinigte **EBITA-Marge** blieb in den ersten drei Monaten dieses Jahres mit 18,3 Prozent auf einem hohen Niveau.

Neben dem positiven Ergebnis haben wir von Januar bis März 2012 auch unsere finanzielle Basis gestärkt. Das **Eigenkapital** ist weiter gewachsen und belief sich zum

31. März 2012 auf 271,9 Millionen Euro. Die **Eigenkapitalquote** erhöhte sich Ende März 2012 auf 40,6 Prozent. Außerdem haben wir die **Nettoverschuldung** von 198,5 Millionen Euro Ende 2011 auf 186,5 Millionen Euro zum 31. März 2012 gesenkt.

Dass wir zuversichtlich in die Zukunft blicken können, zeigt auch unser Auftragsbestand. Wir sind mit einem sehr guten Auftragspolster ins laufende Jahr gestartet. Zum 31. März 2012 lag der Auftragsbestand bei rund 228 Millionen Euro im Vergleich zu rund 219 Millionen Euro zum Jahresende 2011.

Ich freue mich außerdem darüber, dass unser Wachstum auch zu einem Anstieg der Mitarbeiterzahl geführt hat. Zum 31. März 2012 beschäftigten wir 272 Mitarbeiter mehr als im Vorjahr. Insgesamt waren es am Ende des ersten Quartals 4.476 Mitarbeiter, die weltweit für die NORMA Group arbeiteten – diese Zahl schließt auch die Leihmitarbeiter mit ein.

Zusammenfassend möchte ich das erste Quartal des laufenden Geschäftsjahres so bewerten: Wir sind auf Kurs und erfüllen, was wir beim Börsengang in Aussicht gestellt hatten.

Wie sehen nun unsere Erwartungen für das aktuelle Jahr aus?

Wir gehen davon aus, dass der **Konzernumsatz 2012** zwischen 3 und 6 Prozent gegenüber 2011 wachsen wird. Dieser Prognose unterliegt ein Volumenwachstum in den Endmärkten von rund 2 bis 3 Prozent und ein für unser Geschäftsmodell typisches Wachstum oberhalb dieses Volumens. Das Wachstum der NORMA Group ist höher als

das der Endmärkte, da sich die Anzahl der Schnittstellen und dadurch auch die Anzahl unserer Produktlösungen je Endmarktprodukt erhöht. Außerdem verfügen unsere Produkte über eine Wertigkeit, mit denen wir ein höheres Wachstum als der Markt erreichen. Die Prognose setzt voraus, dass volkswirtschaftlich gesehen keine starke konjunkturelle Abkühlung eintreten wird. Die Übernahme der Connectors AG im April dieses Jahres, ein Spezialist für Verbindungssysteme für die Pharmazie und Biotechnologie, ist in der Prognose noch nicht enthalten und wird den konsolidierten Jahresumsatz um etwa 10 Millionen Euro erhöhen.

Für das Jahr **2013** gehen wir davon aus, dass sich das Umsatzwachstum im Vergleich zu 2012 wieder beschleunigen wird.

Kommen wir zur **Profitabilität**: Für 2012 streben wir eine EBITA-Marge an, die mindestens auf Höhe der bereinigten Marge der beiden Vorjahre liegen sollte. Basis hierzu sind das Umsatzwachstum sowie die Effekte aus dem gruppenweiten Kostensenkungsprogramm „Global Excellence“, das wir 2009 gestartet haben.

Das **Finanzergebnis** wird im laufenden Jahr positiv beeinflusst durch die Kapitalerhöhung des Vorjahres sowie die anschließende Refinanzierung mit einer Senkung der syndizierten Bankverbindlichkeiten und einer deutlich verbesserten Zinsstruktur. Wir erwarten ein Finanzergebnis in Höhe von rund minus 15 Millionen Euro unter Ausschluss derivativer Bewertungsveränderungen.

Das **Ergebnis je Aktie** wird im Geschäftsjahr 2012 stark ansteigen. Neben dem Umsatzwachstum und einer nachhaltigen Marge tragen die nicht mehr anfallenden

Einmalaufwendungen des Vorjahres dazu bei, die insbesondere durch den Börsengang entstanden sind.

Meine Damen und Herren,

lassen sie mich zum Abschluss noch ein paar Worte zu unserer **Wachstumsstrategie** sagen. Neben der bereits angesprochenen verstärkten Internationalisierung und der weiteren Stärkung unseres organischen Wachstums sind **Akquisitionen** ein wichtiger Bestandteil unserer Wachstumsstrategie, mit der wir bisherige weiße Flecken besetzen wollen, insbesondere im asiatisch-pazifischen Raum und in Südamerika. Unser Fokus liegt auf der Konsolidierung der Branche und der Märkte. Dies schließt auch die Suche nach geeigneten regionalen Händlerorganisationen im Bereich Distribution Services ein.

Mit der Übernahme der **Connectors Verbindungstechnik AG** Mitte April 2012 haben wir unser bereits breitgefächertes Portfolio an Verbindungsprodukten und -technologie zusätzlich erweitert. Der Zukauf des spezialisierten Anbieters für Verbindungstechnik im medizinisch-technischen Bereich ermöglicht uns den Zugang zu Kunden in der Pharmaindustrie und Biotechnologie. Mit der Expertise von Connectors werden wir in der Lage sein, unsere globale Marktführerschaft in der Verbindungstechnologie noch weiter auszubauen.

Wie Sie sehen, sind wir auch in diesem Jahr bestrebt, das Unternehmen voranzubringen und Werte für Sie als Aktionäre zu schaffen. Wir werden alles dafür tun, um unsere



Marktposition weiter auszubauen und unsere Stellung in Wachstumsmärkten zu festigen. Wachstumsstarke Verbindungen sind unser Geschäft. Unser Ziel ist ein nachhaltiges Wachstum mit gleichzeitig hochbleibender Profitabilität. Sie, liebe Aktionäre, werden auch in Zukunft gebührenden Anteil daran haben.

Meine Damen und Herren,

unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern habe ich für ihre hohe Einsatzbereitschaft schon eingangs gedankt. Nun möchte ich auch noch unseren Aufsichtsräten im Namen des gesamten Vorstands ebenso wie meinen Vorstandskollegen ausdrücklich für die konstruktive Zusammenarbeit im vergangenen Jahr danken.

Gemeinsam haben wir unser Unternehmen nicht nur erfolgreich durch das erste Jahr an der Börse navigiert. Wir haben NORMA Group auch ein gutes Stück besser gemacht. Ihr Vertrauen und Ihre Unterstützung als Anteilseigner und Freunde des Unternehmens NORMA Group werden sich auch in Zukunft auszahlen.

Vielen Dank für Ihre geschätzte Aufmerksamkeit!