

**„Mit Kontinuität stark für die Zukunft“**

**Ansprache vor den Aktionären der NORMA Group SE auf der ordentlichen Hauptversammlung  
am 17. Mai 2018 in der Deutschen Nationalbibliothek in Frankfurt am Main**

**Bernd Kleinhens, Vorsitzender des Vorstands**

**Es gilt das gesprochene Wort**

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

willkommen zur Hauptversammlung 2018 der NORMA Group. Mein Vorstandskollege, Dr. Michael Schneider und ich begrüßen Sie recht herzlich.

In der nächsten halben Stunde möchte ich Ihnen unsere unternehmerische Vision vorstellen, Ihnen präsentieren auf welchen Säulen sie fußt und mit welchen Maßnahmen wir sie erreichen wollen. Umgeben sind wir dabei von neuen Trends, Technologien und Märkten – Veränderungen, die tiefgreifend sein werden.

Eine dieser Veränderungen konzentriert sich auf alternative Antriebe und die damit verbundene Energiewende in der individuellen Mobilität. Dazu zählen neben selbstfahrenden Automobilen, einer stärkeren Vernetzung sowie Car-Sharing-Modellen auch elektrisch angetriebene Fahrzeuge. Auf diesen Wandel bereiten wir die NORMA Group Schritt für Schritt vor. Wir haben bereits unter Beweis gestellt, dass wir mit diesen technologischen Veränderungen weiter an Fahrt gewinnen können. Durch gesteigerte Volumina und gewonnene Großaufträge profitieren wir schon heute von der hybriden Brücken-Technologie der batteriebetriebenen Elektromobilität aber auch von den Trends unseres zweiten technologischen Standbeins dem Wassermanagement.

Meine sehr geehrten Damen und Herren, lassen Sie mich zunächst mit Ihnen einen Blick auf das Geschäftsjahr 2017 mit den erreichten Meilensteinen werfen – allen voran einem besonders herausragenden.

Erlauben Sie mir aber vorweg eine persönliche Frage zu beantworten die Sie vermutlich beschäftigt: Wird jetzt - mit einem neuen Vorstands-Vorsitzenden - alles anders? Nun, da kann ich Sie beruhigen.

Wir setzen als Unternehmen weiterhin auf Kontinuität. Gleichzeitig fokussieren wir uns, wie bereits angedeutet, auf neue gesellschaftliche Herausforderungen und setzen genau dort die Schwerpunkte.

Kontinuierliche Weiterentwicklung ist ein bestimmendes Wertgefühl der NORMA Group – und sie hat auch meinen eigenen Weg im Unternehmen geprägt. Ich bin der NORMA Group bereits seit über 27 Jahren verbunden, seitdem ich 1991 als Entwicklungsingenieur für Verbindungstechnik meine berufliche Laufbahn begonnen habe. Auf diesem Weg, der mich 2005 in die Geschäftsführung und 2011 in den Vorstand führte, habe ich diese Gesellschaft, ihre Menschen, ihre Kunden und alle ihre Interessen-Vertreter sehr gut kennenlernen dürfen. Dabei habe ich die Faszination für hochentwickelte Verbindungstechnik immer behalten und damit auch die Faszination für unser Unternehmen. Als ich 1991 bei der NORMA Group eingestiegen bin, hatte die Gruppe einen Umsatz von rund 60 Millionen EURO. Inzwischen haben wir uns deutlich weiterentwickelt.

Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir erstmalig die Umsatzmarke von einer Milliarde Euro überschritten. Dies ist natürlich mehr als eine bloße Zahl. Eine Milliarde Euro Umsatz belegen den hohen Anspruch an uns selbst und die hohen Ansprüche unserer Interessenvertreter, allen voran unserer Kunden. Eine Milliarde Euro Umsatz erfüllen uns mit Stolz und zeigen, dass das Geschäftsmodell der NORMA Group bei einer konstant hohen Marge zu nachhaltig profitablen Wachstum führt. Ein ganz besonderer Meilenstein in unserer andauernden Erfolgsgeschichte.

An dieser Stelle möchte ich ganz besonders die Leistungen meines Vorgängers Werner Deggim würdigen. Seit der Gründung der NORMA Group im Jahr 2006, über den Börsengang im Jahr 2011 bis hin zur ersten Milliarde EURO Umsatz im Jahr 2017 hat er als Vorstandsvorsitzender den Wachstumskurs und damit unseren Erfolg maßgeblich mitgestaltet.

Auf diesem erfolgreichen Weg lagen viele Innovationen rund um die Verbindungstechnik, die kontinuierliche Weiterentwicklung der NORMA Group durch neue Produktionsstandorte und zahlreiche Firmenakquisitionen.

Meine sehr geehrten Damen und Herren, kein Unternehmenslenker schafft das alleine. Er braucht Menschen, die Vertrauen in die gemeinsame Vision haben und genau wissen, in welchen Schritten dieses Ziel zu erreichen ist. Diese Menschen, die die NORMA Group zu dem gemacht haben, was sie heute ist, sind unsere mehr als 8.100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Rund um den Globus engagieren Sie sich jeden Tag dafür, das Unternehmen voran zu bringen. Für den gemeinsamen Erfolg ist es unverzichtbar, auf ein solch hervorragendes Team bauen zu können. Deshalb möchte ich im Namen des gesamten Vorstands allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der NORMA Group für ihr großes Engagement danken.

Meine Damen und Herren,

liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

Sie sehen, eine sehr erfolgreiche Vergangenheit liegt hinter uns. Wir haben uns als Unternehmen sehr dynamisch entwickelt. Diesen Weg werden wir auch in Zukunft fortsetzen. Verbunden mit klaren Schwerpunkten, auf die wir den Fokus legen. Unsere unternehmerische Vision besteht aus drei tragenden fundamentalen Säulen, die unseren Erfolg und damit das profitable Wachstum sicherstellen:

Erstens: einer konsequenten Lokalisierung entlang der Wertschöpfungskette, um unsere Marktanteile in den Regionen weiter zu erhöhen

Zweitens: der Diversifikation im Hinblick auf starke Zukunftsmärkte, wie beispielsweise Elektromobilität und Wassermanagement und als

dritte Säule: ausgewählte zielgerichtete Akquisitionen, die sowohl den ersten als auch den zweiten Punkt ergänzend unterstützen.

Die erste tragende Säule unseres Erfolgs ist die Lokalisierung. Was verbirgt sich dahinter? In erster Linie bedeutet das für uns, nah an den Kunden vor Ort zu sein – und damit nah an ihren unterschiedlichen Bedürfnissen, den jeweiligen Standards und spezifischen Anforderungen. Weltweit produzieren wir an 27 Standorten und liefern direkt von zahlreichen Vertriebs- und Logistikzentren aus. Das hält Lieferwege kurz und senkt unsere Kosten.

Wir erweitern kontinuierlich unsere Produktionskapazitäten in Europa, Amerika und Asien-Pazifik, mit Schwerpunkten unter anderem in der Stanz-Biege-Technik, dem Kunststoff-Spritzguss und der Extrusion thermoplastischer Kunststoffe. Unsere zwölf Testlabore bauen wir ebenfalls beständig aus, um die Funktionalität unserer neu entwickelten oder bestehenden Produkte vor Ort noch umfassender prüfen und verifizieren zu können. Damit können wir Kundenanfragen schneller bearbeiten, unsere weltweit einheitlichen Qualitäts-Standards festigen, und sparen darüber hinaus Kosten durch Prüfungen im eigenen Haus.

Die Kundennähe der NORMA Group zeigt sich aber auch anhand zahlreicher langfristiger Partnerschaften. Unsere Ingenieure kooperieren dabei weltweit eng mit den Konstruktions-Abteilungen der Kunden. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kennen die lokalen technischen Standards und können die Anforderungen des Kunden bereits bei der Entstehung neuer Technologien und Lösungen berücksichtigen. Gleichwohl bewegen wir uns in sehr heterogenen Märkten mit unterschiedlichen Anforderungen und Reifegraden. Damit wir dennoch die jeweils passende, individuell maßgeschneiderte Lösung anbieten können, fördern wir den internen Wissenstransfer quer durch alle Funktionen. Nur durch den fließenden Austausch unserer Expertise über alle Regionen hinweg, schlagen wir technologische Brücken im Sinne unserer Kunden. So verbinden wir nicht nur einzelne Komponenten im Kleinen, sondern auch viele Märkte der Welt im Großen.

Die konsequente Lokalisierung ermöglicht es uns, gemachte Erfahrungen und bisherige Erfolge zu spiegeln und somit zu wiederholen. Ein Beispiel: Strengere Abgasnormen werden aufeinander folgend, aber zeitlich versetzt von Land zu Land eingeführt. Damit verbunden steigen unter anderem auch die Anforderungen an Leichtbau bei gleichzeitig weniger zur Verfügung stehendem Bauraum. Diese Expertise, die Prozesse und Methoden sowie die Produktlösungen, die wir in einem Markt erfolgreich entwickelt und umgesetzt haben, können wir somit bei Bedarf auf eine andere Region übertragen.

Dabei treibt uns ein gemeinsames Ziel an: Den Anteil unserer Produkte, pro vom Kunden produzierter Einheit, stetig zu erhöhen. Auch bereits erfolgreich abgeschlossene Projekte im Bereich der Elektromobilität lassen sich so übertragen, regional anpassen und wiederholen. Das gilt natürlich auch für unseren Fokusmarkt Wassermanagement. Hierbei ist insbesondere die Digitalisierung unserer Vertriebskanäle von großer Bedeutung, wie beispielsweise die Entwicklung von Webshops und der Übergang zum E-Commerce. Bereits heute verfügen wir über eine Vielfalt von rund 40.000 qualitativ hochwertigen Systemen und Produkten, die wir in über 100 Ländern vertreiben. Künftig wollen wir durch

die Maßnahmen der Lokalisierung weitere Potenziale ausschöpfen. Sie sehen also, indem wir Expertise übertragen und Erfolge wiederholen, können wir unsere Marktanteile weiterhin stetig erhöhen.

Mit den bereits erwähnten Zukunftsmärkten kommen wir zur zweiten Erfolgssäule: der Diversifikation. Die strategische Fokussierung auf dynamische Märkte und Technologien macht uns widerstandsfähig gegen Nachfrage-Schwankungen in einzelnen Branchen und Ländern.

Warum wir dabei gleichsam auf Wassermanagement und alternative Antriebe setzen? Die Antwort ist einfach: weil die globalen Entwicklungstendenzen klar in diese Richtung weisen. Der Klimawandel verlangt uns Umweltschutz und eine effizientere Nutzung von Energie ab. Die absehbare Verknappung von Ressourcen fordert uns auf, sparsamer und damit nachhaltiger mit verfügbarer Energie, Rohstoffen und lebenswichtigen Elementen wie Wasser umzugehen.

Stellvertretend für diese Tendenz steht die aufkommende Elektrifizierung der Antriebsarten. In den vergangenen Jahren haben wir diesen Zukunftsmarkt, der mit dem Übergang von traditionellen Antriebs-Technologien einhergeht, genau analysiert. Wann werden Elektrofahrzeuge den Markt bestimmen zum Mainstream gehören und damit zum Ausdruck eines Lifestyles? Welche Antriebs-Technologien werden sich durchsetzen: extrem emissionsarme Verbrennungsmotoren, Hybridantriebe, rein batteriebetriebene Automobile, oder Brennstoffzellen? Und in welchem Fahrzeugtyp werden sie eingesetzt? Unabhängig davon, welches dieser Szenarien sich letztlich durchsetzen wird, für uns ist entscheidend: Diesen Wandel wollen wir proaktiv mitgestalten. Schon heute können wir in den unterschiedlichen Antriebsarten einen nahezu gleichhohen Produktanteil und damit Umsatz pro produzierter Einheit erzielen, unabhängig davon, ob es sich um einen konventionellen Verbrenner oder einen reinen Elektromotor handelt. Bei Hybrid-Fahrzeugen haben wir sogar die Vorteile der Kopplung beider Motoren-Varianten und damit eine insgesamt höhere Produktnachfrage.

Sie sehen, die NORMA Group ist für die alternativen Antriebe individueller Mobilität bereits heute gut aufgestellt. Um das auch in Zukunft sicherzustellen, werden wir unsere Technologieführerschaft in der Verbindungstechnik weiter ausbauen. Dazu brauchen wir auch neue Serviceleistungen, neue Systemlösungen und Produkte, denn Innovationen sind die Grundlage für den zukünftigen geschäftlichen Erfolg. Um unsere Innovationskraft zu stärken, investieren wir weiterhin in Forschung und Entwicklung. Im Geschäftsjahr 2017 betragen unsere Ausgaben für diesen Bereich 29,4 Millionen Euro – Tendenz kontinuierlich steigend.

Unsere mehr als 350 Kolleginnen und Kollegen in der Forschung, in der Produktentwicklung und den Testlaboren orientieren sich konsequent an den Anforderungen und Trends, die für unsere Kunden relevant sind. Das sind beispielsweise Robustheit, Zuverlässigkeit und Sicherheit. Denn nur so können wir Technologieentwicklungen frühzeitig anstoßen und unseren Kunden die passenden Lösungen anbieten.

Innovationen kommen jedoch nicht nur aus dem Bereich Forschung und Entwicklung. Alle rund 8.100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stecken voller Ideen, die zielgerichtet ins Unternehmen fließen sollen. Deshalb haben wir vor zwei Jahren das Programm Innovation Scouts ins Leben gerufen, mit dem wir systematisch konzernweit nach durchschlagenden Ideen Ausschau halten. Schließlich erhalten wir durch unsere Akquisitionen zusätzliche Impulse, durch mehr Expertise, mehr Erfahrung und Know-How, die wir sukzessive in die NORMA Group integrieren.

Das bringt uns zur dritten Säule unseres Erfolgs – sie lautet: zielgerichtete Akquisitionen.

Seit dem Börsengang 2011 hat die NORMA Group insgesamt 13 Unternehmen zugekauft – inklusive der jüngsten, noch, nicht abgeschlossenen Akquisition in Indien. Ausgewählte Übernahmen und die dazugehörige erfolgreiche Integration der Unternehmen sind und bleiben ein wichtiger Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Dabei wollen wir uns zukünftig noch stärker auf unsere wesentlichen Zukunftsmärkte fokussieren.

Im Geschäftsjahr 2017 haben wir ebenfalls Firmenzukäufe getätigt. So haben wir im Januar das portugiesische Unternehmen Lifial übernommen. Lifial produziert seit über 28 Jahren Verbindungstechnik zur Anwendung in der Industrie und Landwirtschaft. Im Mai 2017 folgte dann die Akquisition des chinesischen Herstellers von Verbindungstechnik und Befestigungslösungen, Fengfan. Das Portfolio von Fengfan umfasst Komponenten, die unsere bestehende Produktpalette sinnvoll ergänzen. Mit diesen Zukäufen diversifizieren wir unsere Gesellschaft weiter und stärken unsere Marktposition in Europa, Asien und Nord-Afrika.

Schließlich haben wir vor knapp 5 Wochen das Share-Purchase-Agreement für Kimplas-Piping-Systems in Indien unterzeichnet. Der Abschluss der Akquisition ist für Mitte 2018 geplant. Das Unternehmen produziert im Wesentlichen thermoplastische Verbindungstechnik. Darunter sind unter anderem Electrofusion-Verbinder, Klemmringverschraubungen, sogenannte Compression Fittings, und Sprinklerköpfe. Diese Produkte werden in der Bewässerung sowie in der Trinkwasser- und Gas-

Versorgung eingesetzt. Mit dem Zukauf von Kimplas und seinen knapp 700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bauen wir unsere Position auf dem schnell wachsenden indischen Markt und im Wassermanagement konsequent weiter aus.

Sehr geehrte Damen und Herren, Sie sehen also wie die drei fundamentalen Säulen – zielgerichtete Lokalisierung entlang der Wertschöpfungs-Kette, strategische Diversifikation und ausgewählte Akquisitionen – konsequent zu nachhaltig profitablen Wachstum führen.

Das haben wir auch im Geschäftsjahr 2017 wieder unter Beweis gestellt. Nicht nur, weil die Grenze von einer Milliarde Euro Umsatz überschritten wurde, sondern auch, weil wir eine bereinigte EBITA-Marge von 17,2 Prozent erzielt haben. Jahr für Jahr liegt unsere Gewinnmarge verlässlich bei über 17 Prozent. Und das bereits seit 2010 und damit seit acht Jahren in Folge.

Bei einem Gesamtumsatzwachstum von 13,7 Prozent, haben wir auch stark aus eigener Kraft zugelegt. Am Ende des Jahres lagen wir mit einem organischen Umsatzplus von 8,6 Prozent deutlich über unserer im Juli angepassten Prognose. Die Übernahmen von Autoline, Lifial und Fengfan haben darüber hinaus rund 57 Millionen EURO zum Wachstum beigetragen.

Alle drei Regionen EMEA, Amerika und Asien-Pazifik haben zu dieser erfreulichen Entwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr beigetragen. Haupttreiber dafür waren unter anderem die gestiegene Nachfrage nach hochentwickelter Verbindungstechnik in der europäischen und asiatischen Erstausrüsterindustrie aufgrund strengerer Abgasnormen und gesteigener Anforderungen der Endkunden. Die positive Entwicklung des nordamerikanischen Marktes für Nutzfahrzeuge und landwirtschaftliche Maschinen trug ebenfalls zu unserem Wachstum bei.

Auch das bereinigte EBITA, eine der zentralen Steuergrößen der NORMA Group, ist erneut angestiegen. Unseren operativen Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen auf immaterielle Vermögens-Gegenstände haben wir um 10,8 Prozent auf 174,5 Millionen EURO erhöht.

Dass die NORMA Group für verlässlich hohe Profitabilität steht, zeigt auch die Entwicklung des Gewinns je Aktie. Das bereinigte Ergebnis pro Aktie steigerte sich von zwei Euro und 96 Cent im Vorjahr auf nun drei Euro und 29 Cent.

Wir möchten Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, an der positiven Entwicklung des vergangenen Jahres teilhaben lassen und schlagen deshalb eine Erhöhung der Dividende um zehn Cent auf einen Euro und fünf Cent je Aktie vor. Das entspricht einer Ausschüttungs-Quote von rund 32 Prozent des bereinigten Konzernergebnisses. Seit unserem Börsengang im Jahr 2011 haben wir damit unsere Dividende jedes Jahr kontinuierlich gesteigert.

Wie Sie wissen, kommt das nachhaltige unternehmerische Handeln auch in unserem gesellschaftlichen Engagement zum Ausdruck. Die globalen Megatrends Klimawandel und Ressourcenknappheit fordern uns zu diesem Engagement auf. Die Prinzipien unternehmerischer Verantwortung integrieren wir schon lange in unser tägliches Handeln.

Um auch in diesem Bereich neue Schwerpunkte zu setzen, haben wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie weiter auf die Zukunft ausgerichtet. Die neue Corporate Responsibility Roadmap 2020 weist gesteigerte Ziele für die kommenden drei Jahre aus. Damit belegen wir unseren hohen Anspruch an verantwortungsvolles Handeln und legen gleichzeitig messbare Ziele fest, die Transparenz schaffen.

Um diesen Anspruch als internationales Unternehmen auch auf globaler Ebene erneut zu bekräftigen, sind wir im Februar 2018 dem Nachhaltigkeits-Netzwerk der Vereinten Nationen beigetreten, dem UN Global Compact. Zudem haben wir unseren Nachhaltigkeitsbericht 2017 an die Anforderungen der neuen gesetzlichen Richtlinien angepasst. Der auditierte Report erscheint ab sofort zeitgleich mit dem Geschäftsbericht. Damit genügt die NORMA Group führenden Ansprüchen und setzt auch beim Thema Nachhaltigkeit Maßstäbe – ganz besonders, wenn man dabei die Unternehmensgröße in Betracht zieht.

Besonders stolz sind wir auf den Gold-Status für Nachhaltigkeit, den wir von EcoVadis im Oktober 2017 erhalten haben. Die NORMA Group gehört in dieser Bewertung zum zweiten Mal in Folge zu den besten fünf Prozent aller bewerteten Unternehmen. Eine großartige Leistung, auf die wir sehr stolz sind.

Gestartet ist zudem unser Projekt NORMA Clean Water in Brasilien. Damit knüpfen wir nahtlos an das Auftaktprojekt in Indien an, dass wir Ende 2017 erfolgreich abgeschlossen haben. In beiden Ländern sind wir mit Produktionsstandorten vertreten und zeigen, dass wir verantwortungsvolle Nachbarn für die Menschen vor Ort sind. In Brasilien erhalten durch NORMA Clean Water seit Anfang 2018 rund 200 Familien neue und modernisierte Trinkwasseranlage und damit Zugang zu einer sauberen Wasserversorgung. Gemeinsam mit der Hilfsorganisation Plan International werden wir rund 1.000



Personen zu den Themen Hygiene und Gesundheit sowie Menschen- und Kinderrechte schulen. Sie sehen, unser nachhaltiges Engagement zahlt sich aus.

Meine Damen und Herren,

abschließend möchte ich den Blick gemeinsam mit Ihnen nach vorne richten – auf das aktuelle Geschäftsjahr 2018 und auf die Chancen und Herausforderungen, die vor uns liegen.

Wir wollen unser nachhaltig profitables Wachstum fortsetzen. Insgesamt erwarten wir, dass der Konzernumsatz der NORMA Group gegenüber dem Vorjahr organisch um rund fünf bis acht Prozent wachsen wird. Zusätzliche Umsätze in Höhe von rund 15 Millionen Euro erwarten wir aus den Akquisitionen von Fengfan und Kimplas, unter der Voraussetzung, dass wir bis Mitte des Jahres wie geplant den Erwerb von Kimplas vollziehen werden. Wir rechnen außerdem mit einer bereinigten EBITA-Marge von erneut über 17 Prozent.

In der Region EMEA bauen wir auf positive Wachstumsprognosen für die europäische Erstausrüsterindustrie und den nach wie vor niedrigen Leitzinsen. In der Region Amerika gehen wir davon aus, dass sich der positive Trend für Nutzfahrzeuge und landwirtschaftliche Maschinen im nordamerikanischen Markt fortsetzen wird. Im Wassermanagement erwarten wir witterungsbedingte Nachholeffekte aus dem Jahr 2017. Generell sollten die Steuersenkungen der US-Regierung die positive makroökonomische Entwicklung weiter unterstützen. In der Region Asien-Pazifik rechnen wir mit weiteren Impulsen für unser Geschäft mit der Erstausrüsterindustrie beispielsweise durch einen verstärkten Absatz unserer SCR-Leitungen und Profilschellen, um strengere Abgasnormen in China und Indien zu erfüllen.

Unseren erfolgreichen Jahres-Start im ersten Quartal 2018 bestätigt die jüngst angepasste Prognose für das Gesamtjahr. Im Vorjahresvergleich steigerten wir unseren Umsatz um rund sieben Prozent auf über 272 Millionen Euro. Organisch sind wir wieder stark gewachsen – um 13,6 Prozent. Besonders dynamisch zeigt sich einmal mehr die Region Asien-Pazifik: Um rund 21 Prozent kletterte dort der Umsatz – vor allem wegen der hohen Nachfrage nach Verbindungstechnik aus China und in Indien. In der Region EMEA konnten wir unseren Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 3,4 Prozent steigern. Das lag vor allem am gut laufenden Geschäft mit der Erstausrüsterindustrie. Auch in der Region Amerika konnten wir erneut expandieren, mit einem Wachstum von 7,7 Prozent.

Das bereinigte operative EBITA-Ergebnis stieg in den ersten drei Monaten des Jahres auf 45,7 Millionen Euro. Unsere EBITA-Marge lag mit 16,8 Prozent erneut auf einem hohen Niveau – wenn auch durch Preissteigerungen auf der Materialseite leicht unter Vorjahresniveau.

Um unsere Profitabilität weiterhin zu gewährleisten, wird die hohe Kostendisziplin für uns maßgeblich bleiben. Dazu trägt auch unser Global-Excellence-Programm bei. Schon seit 2009 überprüfen wir alle operativen Prozesse kritisch und verbessern sie stetig. Das führt zu deutlichen Einsparungen und sichert unsere Margen. In der Produktion haben wir vor vier Jahren das NORMA Production System – kurz NPS – eingeführt, mit dem wir kontinuierlich effizienter werden. Mit Methoden des Lean Managements optimieren wir Prozesse, Systeme und Produktionsabläufe. Wir haben bereits erste Schritte unternommen, um die Methoden auf das gesamte Unternehmen auszudehnen. So werden wir die Prozesse in allen Bereichen der Wertschöpfungskette schlank ausrichten. Aus dem NORMA Production System wird so Schritt für Schritt ein umfassendes NORMA Business System.

Auch im Hinblick auf die Digitalisierung werden wir uns weiter der Zukunft öffnen. Dazu analysieren wir unter anderem die Chancen des Internet der Dinge, sowie der Industrie 4.0 – mitsamt den spannenden Neuerungen, die diese Trends mit sich bringen. Dabei steht für uns immer im Vordergrund, welchen Mehrwert wir für das Unternehmen und auch für unsere Kunden schaffen. Das kann beispielsweise durch intelligente Sensorik der Fall sein. Ein Innovation Council aus Ingenieuren der NORMA Group setzt sich bereits mit dieser Technologie auseinander. Künftig könnten „Smarte Sensoren“ an den Produktionsbändern unserer Kunden anzeigen, ob die Montage eines Kunststoff-Steckverbinders oder einer Abgas-rohrschele exakt ausgeführt wurde. Bereits ähnlich konkrete Ansätze haben wir bei der Digitalisierung unserer Vertriebskanäle – also der Bereitstellung unserer Produkte über Webshops und mittels E-Commerce – verfolgt. Die Expansion des weltweiten Online-Handels verlangt nach neuen Geschäftsprozessen und Kommunikations-Wegen. Auch innerhalb des Unternehmens treiben wir den digitalen Wandel voran. So zum Beispiel im Einkauf oder im Personalbereich – wo wir in den letzten Jahren eine leistungsfähige elektronische Beschaffung, sowie ein Bewerbungsportal für zukünftige Talente aufgebaut haben.

Meine Damen und Herren,

liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

vielen Dank, dass Sie uns begleitet haben – sowohl zu den Höhepunkten des abgelaufenen Geschäftsjahrs 2017, als auch in die Zukunft der NORMA Group und damit zu einigen umwälzenden gesellschaftlichen und technologischen Trends, die uns bevorstehen und die wir erfolgreich gestalten

werden. Wir – der Vorstand der NORMA Group – möchten Ihnen ausdrücklich für das Vertrauen danken, dass sie in uns setzen. Wir hoffen, dass unsere unternehmerische Vision und unser nachhaltiges Handeln Ihr Vertrauen in uns weiterwachsen lässt. Sie konnten sich erneut davon überzeugen, dass unser Geschäftsmodell weiterhin die Grundlage für profitables Wachstum bietet. Im aktuellen Jahr 2018 und auch in der weiteren Zukunft.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.