

## **„Wasser ist Zukunft“**

**Ansprache vor den Aktionären der NORMA Group SE auf der Hauptversammlung am  
21. Mai 2019 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,

die mit Abstand kostbarste natürliche Ressource unseres Planeten ist Wasser. Wasser ist elementarer Bestandteil des Lebens. Es ist sogar ein Menschenrecht: „Wasser und Sanitärversorgung für alle“ lautet das sechste der UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung.

Von diesem Ziel sind wir leider noch weit entfernt. Laut Unicef haben 2,1 Milliarden Menschen weltweit keinen Zugang zu sauberem Wasser. Die Leidtragenden sind in erster Linie Menschen in den ärmeren Regionen der Welt – und dort vor allem in den ländlichen Gebieten. Denn Trinkwasser ist sehr ungleich verteilt. Besonders in Afrika, Lateinamerika und Asien herrscht vielerorts dramatische Wasserknappheit.

Eine Besserung ist momentan nicht in Sicht. Laut aktuellem UN-Weltwasserbericht könnte bis 2050 die halbe Weltbevölkerung unter dem Mangel an sauberem Wasser leiden. Die Gründe sind vielfältig: Bevölkerungswachstum, wirtschaftliche Entwicklung und veränderte Konsummuster lassen die Nachfrage nach Wasser immer mehr ansteigen. Der Klimawandel wiederum hat zur Folge, dass langanhaltende Dürreperioden zunehmen und Wasserquellen versiegen. Doch nicht nur der Klimawandel beeinträchtigt das weltweite Wasserangebot, auch das Fehlen von Sanitär- und Abwassermanagementsystemen trägt in hohem Maße dazu bei. Seit den 1990er Jahren hat die Wasserverschmutzung fast aller Flüsse Afrikas, Asiens und Lateinamerikas zugenommen. Die

Wasserqualität wird in den nächsten Jahrzehnten voraussichtlich noch weiter sinken. Dies hat erhebliche Folgen, denn ohne Wasser und Hygiene breiten sich Krankheiten besonders schnell aus.

Wir müssen handeln. Aus existenziellen Gründen, denn ohne Wasser ist kein Leben möglich. Aus menschlichen Erwägungen, denn wir dürfen es nicht hinnehmen, dass über ein Viertel der Menschen weltweit keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser haben und unter unhygienischen Bedingungen leben müssen. Und aus ökonomischer Motivation. Denn unser Umgang mit Wasser ist eine große Ressourcenverschwendung.

Dazu ein ganz konkretes Beispiel aus Indien. Große Teile des Landes leiden jedes Jahr außerhalb der Regenzeit unter einer schweren Wasserkrise. Dabei wäre eigentlich ausreichend Wasser vorhanden. Doch aufgrund von Leckagen an den Entnahmestellen gehen bei der Versorgung der Haushalte bis zu 40 Prozent des Wassers verloren und kommen deshalb nie bei den Menschen an.

Das können wir ändern. Die Leitungssysteme und die Verbindungstechnik der NORMA Group sorgen dafür, dass Wasser ohne Verluste dorthin befördert wird, wo es gebraucht wird. So verbinden wir Menschen mit der lebenswichtigen Ressource Wasser – und das weltweit. Unsere Kompetenz im Wassermanagement geht über Leitungs- und Verbindungstechnik hinaus. Wir verstehen uns auch auf Systeme zum Auffangen von Regenwasser, zur Reinigung von Abwasser und zur Landschaftsbewässerung.

Wasser ist nicht nur entscheidend für die Zukunft der Menschheit. Es ist auch unsere Zukunft bei der NORMA Group. Wir wollen der weltweite Marktführer für nachhaltige Wassermanagementsysteme werden. Deshalb stehen alle Zeichen auf Wachstum in diesem Segment – aus eigener Kraft und durch gezielte Akquisitionen, die uns Zugang zu Know-how und neuen Märkten sichern. So wie die Übernahme der Kimplas Piping Systems Limited im April 2018. Mit dem Erwerb des indischen Wasserspezialisten sind wir jetzt eine feste Größe in einem der wichtigsten Schwellenländer weltweit.

Im Wassergeschäft der NORMA Group läuft es gut. Mehr noch: Wir sind bestens für die Zukunft gerüstet. Mit guten Erträgen und einem gesellschaftlichen Mehrwert. Denn unsere Produkte sorgen dafür, dass Menschen weltweit zu ihrem Recht kommen: zu ihrem Recht auf Trinkwasser und Hygiene.

Und damit **willkommen zur heutigen Hauptversammlung** der NORMA Group. Auch im Namen meiner Vorstandskollegen begrüße ich Sie herzlich.

Ich freue mich, Ihnen meinen Kollegen **Dr. Friedrich Klein** vorzustellen, der heute erstmalig auf diesem Podium sitzt. Er trat im Oktober die Nachfolge von John Stephenson als Chief Operating Officer an, der das Unternehmen Anfang des letzten Jahres verlassen hatte. Damit ist der Vorstand seit letztem Herbst wieder komplett.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

2018 war ein gutes Jahr für die NORMA Group – auch dank der gestiegenen Nachfrage nach unseren Lösungen im Wassermanagement. Zum zweiten Mal in Folge lag das organische Wachstum auf sehr hohem Niveau. Damit setzten wir den langjährigen **Wachstumskurs** des Unternehmens fort.

Die Ergebnisse des Geschäftsjahres 2018 freuen uns umso mehr, wenn wir uns das **herausfordernde Umfeld** anschauen, in dem wir sie erreicht haben: eine abnehmende globale Wachstumsdynamik, Brexit-Verhandlungen mit nach wie vor unsicherem Ausgang, gestiegene Handelsbarrieren durch US-Strafzölle und signifikante Preiserhöhungen bei wichtigen Rohstoffen.

Tatsächlich sind diese **Turbulenzen** nicht ganz spurlos an uns vorübergegangen. Im Juli mussten wir unsere Prognose für die bereinigte EBITA-Marge auf 16 bis 17 Prozent und für den operativen Netto-Cashflow auf rund 130 Millionen Euro nach unten korrigieren. Am Ausblick für unser organisches Umsatzwachstum von rund 5 bis 8 Prozent konnten wir jedoch festhalten. Diesen hatten wir im Mai 2018 aufgrund der positiven Entwicklungen in den Regionen Amerika und Asien-Pazifik angepasst.

Zum Ende des Geschäftsjahres erreichte unser **organisches Wachstum** dann mit 7,7 Prozent das obere Ende der avisierten Bandbreite. Das lag vor allem am wiederauflebenden Wassergeschäft in den USA, an der deutlichen Erholung des US-amerikanischen Markts für Nutzfahrzeuge und landwirtschaftliche Maschinen sowie an der starken Nachfrage nach unseren hochwertigen Verbindungslösungen in Asien im Allgemeinen und China im Besonderen. Unsere Akquisitionen haben für zusätzliches Wachstum gesorgt. Bereinigt um Währungseffekte stieg unser **Konzernumsatz** 2018 insgesamt um 6,6 Prozent auf rund 1,1 Milliarden Euro und erreichte damit eine neue Rekordmarke.

Nicht ganz so erfreulich fiel eine unserer zentralen Steuerungsgrößen aus, das **bereinigte EBITA**. Dies lag vor allem an der angespannten Lage auf den internationalen Rohstoffmärkten. So mussten wir aufgrund der zunehmenden Materialverknappung sicherheitsbedingt größere Bestände aufbauen, um nicht die Lieferkette zu unterbrechen und unser Wachstum zu gefährden. Dies erhöhte unsere Kosten in

der Beschaffung, Produktion und Logistik noch einmal zusätzlich zu den ohnehin schon gestiegenen Materialkosten: Besonders für Stahl, im Bereich der Legierungszuschläge und für technische Kunststoffe mussten wir unter anderem aufgrund der verhängten US-Strafzölle und unvorhersehbarer Force-Majeure-Fälle deutlich höhere Preise zahlen. Diese negative Kostenentwicklung konnten wir nur teilweise auffangen. Das bereinigte EBITA der NORMA Group sank daher leicht um 0,8 Prozent auf 173,2 Millionen Euro, und die **bereinigte EBITA-Marge** lag mit 16 Prozent am unteren Ende der prognostizierten Bandbreite.

Trotz dieser leichten Eintrübung steht die NORMA Group unverändert für hohe Profitabilität. Das zeigt **das bereinigte Ergebnis nach Steuern**, das wir um 9,3 Prozent auf 114,8 Millionen Euro steigern konnten. Und auch das **bereinigte Ergebnis je Aktie** entwickelte sich positiv: Es stieg auf 3 Euro und 61 Cent.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

seit unserem Börsengang 2011 haben wir unsere **Dividende** kontinuierlich gesteigert. Und auch dieses Jahr möchten wir Ihnen eine Erhöhung der Dividende vorschlagen. Die positive Entwicklung des letzten Geschäftsjahres erlaubt uns eine Steigerung um 5 Cent auf 1 Euro und 10 Cent je Aktie. Das entspricht einer Ausschüttungsquote von 30,5 Prozent des bereinigten Konzernergebnisses. Wir danken Ihnen, dass Sie uns in einem turbulenten Börsenjahr, das auch unseren Aktienkurs unter Druck geraten ließ, die Treue gehalten haben. Das ist uns ein großer Ansporn!

Werfen wir nun einen kurzen Blick auf die **Umsatzentwicklung in unseren Geschäftsbereichen und Regionen** und starten wir mit den beiden **Vertriebswegen**:

Der Bereich **Engineered Joining Technology** umfasst unsere innovativen und maßgeschneiderten Verbindungslösungen für Erstausrüstungs-Kunden – im Englischen „Original-Equipment-Manufacturer“ oder kurz OEMs. Mit diesem Bereich machen wir knapp zwei Drittel unseres Gesamtumsatzes: 2018 waren dies 684,6 Millionen Euro. Das entspricht einem Anstieg gegenüber dem Vorjahr von 7,3 Prozent. Vor allem die guten Produktionszahlen im ersten Halbjahr haben diese Entwicklung positiv beeinflusst. Zudem sorgen strengere Emissionsvorgaben für steigende Anforderungen an einzelne Komponenten der Verbindungstechnik. Gut für uns, denn das bedeutet eine stärkere Nachfrage nach unserer Expertise.

Unser zweiter Vertriebsweg **Distribution Services ist unser Vertriebskanal nahe zu den Endabnehmern – vergleichbar mit B2C**. Der Umsatz dieses Bereiches lag 2018 bei 393,8 Millionen Euro und damit 5,8 Prozent über dem Vorjahr. Dies lag vor allem am starken Wassergeschäft in den USA und an der Akquisition von Kimplas, dem Wasserspezialisten in Indien.

Alle drei **Regionen** konnten im Geschäftsjahr 2018 ein Umsatzwachstum verzeichnen, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß. Durch unsere Akquisitionen und den Eintritt in neue Märkte haben wir unsere Internationalisierung vorangetrieben. So konnten wir unsere Umsatzerlöse außerhalb von Deutschland erneut ausbauen: 2018 trug das Ausland über 80 Prozent zum Gesamtumsatz der NORMA Group bei.

Am stärksten wuchs die Region **Asien-Pazifik**. Hier erzielten wir einen Umsatz von 147,8 Millionen Euro. Das entspricht einer Steigerung von 23,2 Prozent. Strengere Emissionsstandards, unter anderem im chinesischen und indischen Fahrzeugmarkt, führten vor allem in der ersten Jahreshälfte zu einer erhöhten Nachfrage nach unseren Produkten. Auch die Akquisitionen von Fengfan und Kimplas machten sich positiv bemerkbar.

Mit 7,4 Prozent erreichte die Region **Amerika** das zweitstärkste Umsatzwachstum. Die Erlöse lagen bei 441,5 Millionen Euro. Dort profitierten wir vor allem von der starken Nachfrage im Wassermanagement-Sektor sowie nach Verbindungslösungen für Nutzfahrzeuge und landwirtschaftliche Maschinen.

Die Region **EMEA** lieferte einen leichten Umsatzzuwachs und hält den größten Anteil am Gesamtumsatz. Hier belief sich der Umsatz auf 494,8 Millionen Euro, was einem Anstieg von 1,8 Prozent gegenüber 2017 entspricht. Positiv wirkten sich die steigende Nachfrage nach unseren maßgeschneiderten Lösungen für OEMs und die Übernahme des Zulieferbetriebs Statek in Deutschland, einem Spezialisten für Stanzbiege- und Umformtechnik, aus. Im zweiten Halbjahr belastete jedoch die Umstellung auf das vereinheitlichte, strengere Prüfverfahren für Emissionswerte (WLTP) die Produktionszahlen unserer Kunden im Automobilsektor. Dies hatte Folgen für unsere Umsatzentwicklung.

Unterm Strich, sehr geehrte Damen und Herren, können wir mit den Ergebnissen des letzten Geschäftsjahres zufrieden sein. Die NORMA Group ist sowohl organisch als auch durch Zukäufe gewachsen. Wir haben unsere internationale Präsenz ausgebaut und unsere Zusammenarbeit mit Kunden in der ganzen Welt vertieft. Dieses Ergebnis wäre nicht möglich gewesen ohne **die großartige**

**Mannschaft der NORMA Group.** Unsere rund 9.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben im letzten Jahr mit großem Einsatz und Engagement gemeinsam mit dem Managementteam das Wachstum unseres Unternehmens vorangetrieben. Dafür möchte ich unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern – bestimmt auch in Ihrem Namen – herzlich danken.

Die Vielzahl von Akquisitionen in den letzten Jahren sorgte für ein dynamisches Wachstum der NORMA Group. Sie führte zugleich auch zu größerer **Komplexität in organisatorischen Strukturen, Prozessen und in der Produktionslandschaft.** Wir haben heute 30 Produktionsstätten, in denen 40.000 verschiedene Produkte und Lösungen für mehr als 10.000 Kunden hergestellt werden. Und auch in Zukunft wollen wir dynamisch wachsen. Das wird jedoch nur dann gelingen, wenn wir zuvor diese Komplexität nachhaltig reduzieren.

Deshalb haben wir im vierten Quartal 2018 ein **Optimierungsprogramm** gestartet. Ziel ist es, unsere Prozesse und Systeme über alle Regionen hinweg zu harmonisieren und somit unser Produktionsnetz effizienter zu gestalten. Davon versprechen wir uns ab 2021 einen jährlichen Ergebnisbeitrag von rund 10 bis 15 Millionen Euro.

Die Optimierung unserer organisatorischen Strukturen erfüllt noch einen weiteren Zweck: Wir richten unser Geschäftsmodell auf die Anforderungen der zukünftigen strategischen Wachstumsfelder, wie dem Wassermanagement und der Elektromobilität, aus und ebnen damit unserer langfristigen Strategie den Weg – der **Vision 2025.**

Im Verlauf der letzten Hauptversammlung haben wir Ihnen unsere Strategie bereits vorgestellt. Nun möchte ich Ihnen berichten, wie wir die Vision 2025 im Geschäftsjahr 2018 konsequent vorangetrieben haben. Unsere Strategie ruht auf drei Säulen:

- Erstens: Die konsequente **Lokalisierung** entlang der Wertschöpfungskette, um unsere Marktanteile in den Regionen weiter zu erhöhen.
- Zweitens: Die **Diversifikation unseres Produktportfolios** gerade mit Blick auf starke Zukunftsmärkte.
- Und Drittens: Die Ergänzung unseres organischen Wachstums durch zielgerichtete **Akquisitionen.**

**Zur ersten Säule, der Lokalisierung:**

Unsere Verbindungstechnologie kommt überall dort zum Einsatz, wo Leitungen, Rohre, Schläuche oder andere Systeme miteinander verbunden werden müssen – also nahezu in jeder Branche. Neben der Verkehrs- und Luftfahrtindustrie werden unsere Lösungen zum Beispiel im Maschinenbau, in der Landwirtschaft oder in der Konsumgüterbranche benötigt. Wir bewegen uns also in sehr heterogenen Märkten mit unterschiedlichen Anforderungen und Reifegraden. Durch unsere breite Diversifizierung sind wir einerseits gut abgesichert gegen konjunkturelle Schwankungen in den einzelnen Märkten. Andererseits haben wir es dadurch mit Kunden zu tun, die die unterschiedlichsten Bedürfnisse, Standards und Anforderungen haben. Dieser Herausforderung begegnen wir, indem wir mit der gesamten Wertschöpfung möglichst nah beim Kunden vor Ort sind.

Aktuell stellt die NORMA Group in ihren 30 Werken Produkte für Kunden in 100 Ländern her. Zur Stärkung unserer regionalen Präsenz werden wir unsere Produktionskapazitäten weiter ausbauen. Auch 2018 haben wir dies getan: Im November eröffnete unser **neues Werk in Tijuana in Mexiko**. Hier werden Wassermanagement-Produkte für die Region Amerika produziert.

Darüber hinaus fördern wir bei der NORMA Group den internen **Wissenstransfer** quer durch alle Funktionen und über verschiedene Endmärkte hinweg. Wir pflegen langjährige Partnerschaften mit unseren Kunden, in denen sich unsere Ingenieure ein beachtliches Know-how über Technologien und technische Standards aneignen. Durch einen gezielten Wissensaustausch ermöglichen wir, dass diese Expertise systematisch auch in anderen Märkten oder Regionen genutzt werden kann. So können wir bewährte Praktiken anderswo anwenden und Erfolge wiederholen.

#### **Kommen wir zur zweiten Säule, der Produktdiversifikation:**

Die NORMA Group ist ein internationaler Markt- und Technologieführer für hochentwickelte und standardisierte Verbindungstechnologie. Wir haben über 40.000 Produkte im Angebot – von Profilschellen, Kühlwassersystemen, Kraftstoffleitungen und Urea-Leitungen bis hin zu thermoplastischen Steckverbindern und Fluid-Handling-Systemen. Mit diesem breiten Portfolio können wir unseren Kunden Lösungen für unterschiedliche Problemstellungen aus einer Hand anbieten. Das ist ein beachtlicher Wettbewerbsvorteil!

Die technologischen Anforderungen an die Endprodukte unserer Kunden und damit auch an unsere Produkte verändern sich jedoch fortlaufend und mit zunehmendem Tempo. Es sind vor allem zwei globale Herausforderungen, die die Entwicklung in nahezu allen Industrien beeinflussen: der **Klimawandel** und die **Ressourcenknappheit**. Der konsequente Umweltschutz, eine effiziente Nutzung

von Energie und der sparsame Umgang mit lebenswichtigen Rohstoffen wie Wasser spielen eine immer größere Rolle. Diese Anforderungen sind besonders in zwei Märkten spürbar.

Der erste Markt ist das Wassermanagement. Angesichts der weltweit zunehmenden Wasserknappheit steigt der Bedarf an Lösungen für effiziente Wasserversorgung und sichere Abwasserentsorgung. Sie erinnern sich an den Beginn meiner Rede: Die NORMA Group trägt diesem Trend Rechnung, indem sie ihr Produktportfolio im Bereich Wassermanagement kontinuierlich ausbaut und verbessert. Im vergangenen Geschäftsjahr machten Produkte aus dem Bereich Wassermanagement bereits 17 Prozent des Jahresumsatzes der NORMA Group aus. Zu den Produkten gehören unter vielen anderen die eingangs erwähnten Verbindungslösungen, die Leckagen an den Entnahmestellen verhindern und so einen wertvollen Beitrag zur Wasserversorgung von Haushalten leisten. Eine andere innovative Technologie sind unsere Tröpfchenbewässerungssysteme, die im Vergleich zu Sprinklern bis zu 60 Prozent weniger Wasser verbrauchen.

Der zweite Wachstumsmarkt umfasst die **Entwicklung von alternativen Antrieben**, allen voran die Elektromobilität. Die NORMA Group hat bereits einige Schlüsselprodukte im Portfolio, um diesen Zukunftstrend zu unterstützen. Um ein Beispiel zu nennen: Im letzten Jahr erhielt die NORMA Group den Auftrag für rund 40.000 Thermomanagementsysteme für die batteriebetriebenen Elektrofahrzeuge eines führenden chinesischen Automobilherstellers. Unsere Mitarbeiter haben dabei intensiv mit den Entwicklungsingenieuren des Kunden zusammengearbeitet, um gemeinsam eine maßgeschneiderte Lösung zu entwickeln. Wir verwenden dabei z.B. für das Fluid-Handling-System hauptsächlich thermoplastische Kunststoffe. Dadurch sind die Systeme bis zu 65 Prozent leichter als solche mit Elastomerschläuchen.

Wassermanagement und Elektromobilität – auf diese zwei Zukunftsmärkte haben wir unseren Fokus gelegt. Und wir sind gut dafür aufgestellt. Damit das auch in Zukunft so bleibt, bauen wir unsere Technologieführerschaft stetig aus. Innovationen sind dafür das A und O. Daher werden wir jährlich weiterhin rund 5 Prozent des Umsatzes unseres Geschäftsbereiches Engineered Joining Technology für **Forschung und Entwicklung** einsetzen.

Im letzten Jahr haben wir bereits einiges in Sachen Innovationskraft erreicht. Beispielsweise haben wir mehrere große Erstausrüstungskunden bei der Verbesserung ihrer **Systeme zur Abgasreinigung** unterstützt. Die kontinuierlich strikter werdenden Vorgaben machen kundenseitig eine Anpassung der



vorhandenen Lösungen notwendig. Unsere Expertise kam dabei vor allem in der Vorentwicklung zum Einsatz.

Auf einen weiteren Erfolg des letzten Jahres sind wir besonders stolz: Wir haben den **Konzeptwettbewerb eines führenden Automobilherstellers** für die effizienteste Abgasreinigung gewonnen. Mehrere Zulieferer hatten ihre technischen Lösungen eingereicht. Letztendlich konnten wir mit unserem weiterentwickelten Vorschlag der innenbeheizten Urea-Leitungen überzeugen. Das war alles andere als selbstverständlich. Ausschlaggebend für den erfolgreichen Abschluss war, dass wir die beste technische Lösung hatten und auch bei anderen Kriterien führend waren. So können wir nahezu alle Komponenten in Serie und im Unternehmen produzieren. Neben dem Vorteil der tiefen Wertschöpfung haben wir fortschrittliche Simulationsmöglichkeiten, die uns in kürzester Zeit wertvolle Erkenntnisse liefern – auch ohne den kostenintensiven Bau von Prototypen. Und wir hatten zum Vergabezeitpunkt bereits eine beachtliche Anzahl an erfolgreich abgeschlossenen Projekten für diesen großen Krafffahrzeughersteller vorzuweisen. Der gewonnene Wettbewerb hat somit einmal mehr unsere Kompetenz als innovativer und zuverlässiger Entwicklungspartner für die Erstausrüsterindustrie unterstrichen.

Bei der NORMA Group sehen wir Innovationen nicht als Aufgabe allein der Forschungs- und Entwicklungsabteilung. Ideen und Vorschläge sind überall im Unternehmen zu finden. Sie müssen bloß aufgespürt, gebündelt und nachhaltig verfolgt werden. Darum kümmern sich unsere **Innovation Scouts**. Diese NORMA-Mitarbeiter halten systematisch Ausschau nach Ideen und lassen sie in unseren Innovationsprozess einfließen. Darüber hinaus kann jeder Mitarbeiter sogenannte „**Erfindungsmeldungen**“ bei der Forschungs- und Entwicklungsabteilung einreichen. Die besten Ideen werden jährlich mit dem Innovation Excellence Award ausgezeichnet.

Know-how und Expertise holen wir uns auch weiterhin über die **dritte Säule** der Vision 2025 ins Haus: durch **zielgerichtete Akquisitionen**. Unternehmenszukäufe sind ein integraler Bestandteil unserer Wachstumsstrategie. Seit unserem Börsengang haben wir insgesamt 14 Unternehmen übernommen, damit Werte geschaffen und unsere Wettbewerbsposition gestärkt. Diesen Weg wollen wir weiter gehen. Auch hier legen wir einen besonderen Schwerpunkt auf die Zukunftsmärkte Wassermanagement und alternative Antriebe.

Im letzten Geschäftsjahr haben wir unsere Strategie mit dem Kauf der Unternehmen Statek und Kimplas konsequent weiterverfolgt. Die **Statek Stanzereitechnik GmbH** hat langjährige Expertise in

der Herstellung von Stanz- und Bieeteilen, Gehäusen und Wellfedern. Namhafte Kunden aus verschiedenen Branchen werden von dem Unternehmen aus Maintal beliefert. Auch wir waren ein langjähriger Kunde, da wir die Produkte von Statek zum Beispiel für unsere Schneckengewindeschellen einsetzen. Durch die vollständige Übernahme des Unternehmens im August haben wir unsere Wertschöpfungskette gezielt erweitert und direkten Zugriff auf die technologischen Kompetenzen erhalten.

Unsere Marktposition im Wassermanagement haben wir seit 2012 mit diversen Zukäufen gestärkt. Es sind auch in diesem Zukunftsmarkt gerade die Schwellenländer, die große Wachstumspotenziale aufweisen. Deshalb haben wir im Juli 2018 die **Kimplas Piping Systems Limited** gekauft. Der indische Wasserspezialist produziert thermoplastische Verbindungslösungen für die Trinkwasseraufbereitung und die Trinkwasser- und Gasversorgung von Haushalten sowie wassersparende Mikrobewässerungssysteme für die Landwirtschaft. Mit dem Erwerb von Kimplas erweitern wir unsere Aktivitäten im Zukunftsmarkt Wasser und stärken zugleich unsere regionale Präsenz in einem der wichtigsten Schwellenländer.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

Sie sehen, wir sind auf einem guten Weg und haben eine solide Strategie, um die Zukunft der Verbindungstechnik mitzugestalten. Mit der Vision 2025 werden wir unser profitables Wachstum weiterführen und unsere Markt- und Technologieführerschaft im Bereich Verbindungs- und Fluidhandling-Technologie ausbauen.

Doch Profitabilität und Wachstum sind nicht alles. Uns ist es ein wichtiges Anliegen, die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit mit den Bedürfnissen der Gesellschaft und der Umwelt in Einklang zu bringen. Das sehen wir als unsere unternehmerische Verantwortung. **Corporate Responsibility** – kurz: CR – ist daher ein weiterer Kernbestandteil der Vision 2025.

Unsere **CR-Strategie** erstreckt sich über fünf Handlungsfelder: Verantwortungsvolles Handeln, Produktlösungen, Mitarbeiter, Umwelt und Gesellschaft. Sie bilden die Basis für eine nachhaltige Entwicklung und transparentes Wirtschaften der NORMA Group. In jedem dieser Handlungsfelder haben wir uns ambitionierte Ziele gesetzt. Anhand von messbaren Kenngrößen überprüfen wir regelmäßig unsere Fortschritte. 2018 haben wir unsere gesetzten Ziele weitgehend erreicht und teilweise sogar übertroffen. Einige Highlights des letzten Jahres möchte ich Ihnen kurz vorstellen.

Das erste Beispiel ist die umfassende **Umweltstrategie**, die wir im letzten Jahr weiterentwickelt und konkretisiert haben. Wir wollen die Auswirkungen unserer unternehmerischen Aktivitäten auf die Umwelt kontinuierlich und systematisch reduzieren. Das bedeutet für uns dreierlei: Wir senken unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen. Wir verbrauchen weniger Wasser. Und wir gehen sparsam mit natürlichen Ressourcen um, indem wir Abfallmengen reduzieren und Wertstoffe recyceln. Diese Ziele haben wir mit quantitativen Kennzahlen versehen, die wir bis 2025 erreichen wollen. Entscheidend bei der Entwicklung der Umweltstrategie war für uns eine ganzheitliche Betrachtungsweise. Das heißt, wir haben die Treibhausgasemission, den Wasserverbrauch und die Abfallentstehung entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette – vom Rohstoff bis hin zur Nutzung unserer Produkte – unter die Lupe genommen. Unsere Maßnahmen im Umweltbereich beschränken sich deshalb auch nicht auf unsere eigenen Produktionsstätten, sondern schließen unsere gesamte Lieferkette mit ein.

Der verantwortungsvolle Umgang mit Wasser steht im Zentrum unseres Leuchtturmprojekts **NORMA Clean Water**. Gemeinsam mit unserem Partner, dem Kinderhilfswerk Plan International, arbeiten wir an Lösungen, um die prekäre Situation in vielen Ländern bei der Wasserversorgung, Sanitäreinrichtungen und Hygiene zu verbessern. Nachdem wir 2017 das Projekt in Indien erfolgreich abgeschlossen haben, wird es nun im brasilianischen Bundesstaat Maranhão fortgesetzt. Bis 2020 sollen dort 400 Familien Zugang zu sauberem Wasser durch Trinkwasseranlagen erhalten.

Auch unsere Mitarbeiter engagierten sich in zahlreichen sozialen Projekten. Ein Beispiel ist der **NORMA Help Day**. Im letzten Jahr nahmen weltweit mehr als 700 Mitarbeiter an über 30 Projekten von Nichtregierungsorganisationen teil. Dabei renovierten einige Mitarbeiter beispielsweise einen Kinderspielplatz in Tschechien, während sich andere um Senioren in einer Pflegeeinrichtung in China kümmerten.

Unsere vielfältigen CR-Aktivitäten sind nicht unbemerkt geblieben. Mehrere Auszeichnungen im letzten Jahr würdigten unser gesellschaftliches Engagement. Und auch für unseren Nachhaltigkeitsbericht erhielten wir 2018 einen Preis: Die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers verlieh uns den **Building Public Trust Award** in der Kategorie „beste nichtfinanzielle Berichterstattung aller MDAX-gelisteten Unternehmen“. Wer einen Blick hineinwerfen möchte, findet den Nachhaltigkeitsbericht auf unserer Webseite oder hier am Veranstaltungsort im Foyer.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

Mit der Vision 2025 stehen die Koordinaten auf unserem Weg zu weiterem profitablen Wachstum fest. Im letzten Jahr haben wir die Segel gesetzt und die erste Etappe gemeistert. Diesen Kurs wollen wir im laufenden Geschäftsjahr halten – auch wenn die makroökonomischen und politischen Rahmenbedingungen dafür nicht ideal sind.

Allen Prognosen zufolge wird die **Weltwirtschaft** 2019 deutlich weniger Rückenwind erfahren. Der Internationale Währungsfonds hat seine Prognose für das globale Wachstum auf 3,5 Prozent gesenkt. Ein verschärfter Protektionismus und der Brexit sind die Hauptgründe für den verlangsamten Aufschwung. In China belastet der Handelsstreit mit den USA weiterhin das Wachstum. Während die Vereinigten Staaten im Vorjahr noch kräftig gewachsen sind, wirken sich die diversen Handelskonflikte in diesem Jahr ebenfalls bremsend aus. In Europa sind die Konjunkturaussichten unter anderem durch den Brexit und die hohe Verschuldung in einigen EU-Ländern getrübt. Außerdem sehen wir auch die noch nicht vollständig gelöste WLTP-Problematik und die anhaltend schwierige Situation auf den Rohstoffmärkten als weitere Risiken für die weitere konjunkturelle Entwicklung.

Trotz alledem erwarten wir, dass die NORMA Group ihr **Wachstum im Geschäftsjahr 2019** fortsetzen kann, wenn auch etwas moderater als in den beiden zurückliegenden Jahren. Dank unserer guten Auftragslage im EJT-Bereich sowie der breiten Diversifizierung unseres Geschäfts über zahlreiche Endmärkte hinweg werden wir die Konjunkturschwankungen weitestgehend ausgleichen können.

Insgesamt erwarten wir, dass wir den **Konzernumsatz** der NORMA Group gegenüber dem Vorjahr um rund 1 bis 3 Prozent organisch steigern können. Zusätzlich werden die Akquisitionen von Kimplas und Statek rund 13 Millionen Euro zum Wachstum beitragen. Die **bereinigte EBITA-Marge** wird zwischen 15 und 17 Prozent erwartet, wobei jedoch eher das untere Ende der Bandbreite erreicht werden wird. Hier machen sich vor allem die weiterhin volatilen wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen besonders in EMEA und Asien-Pazifik bemerkbar.

Die **Ergebnisse unseres ersten Quartals 2019** reflektieren dieses schwierige Umfeld. Unsere Umsatzerlöse von insgesamt 275,6 Mio. Euro konnten wir gegenüber dem Vorjahresquartal nur um 1,1 Prozent steigern. Rechnen wir Währungseffekte und die positiven Beiträge unserer Akquisitionen zum Umsatzwachstum heraus, verzeichnen wir einen Umsatzrückgang im Umfang von 4,2 Prozent. Auch die bereinigte EBITA-Marge lag im ersten Quartal 2019 mit 14,4 Prozent unterhalb des Vorjahreswerts von 16,8 Prozent. Der operative Netto-Cashflow hingegen ist gegenüber dem Vorjahr um 13,5 Mio. Euro gestiegen.

Meine Damen und Herren,

auch wenn die globale Wirtschaft einige Herausforderungen für uns bereithält und ein eher durchwachsendes erstes Quartal hinter uns liegt, sind wir zuversichtlich, dass wir die **Erfolgsgeschichte der NORMA Group im laufenden Geschäftsjahr fortsetzen** werden.

Unser Plan dafür ist unsere Vision 2025. Aufbauend auf drei Säulen werden wir unsere Stärken weiter ausbauen:

- indem wir die Lokalisierung konsequent vorantreiben und dadurch unseren Marktanteil systematisch ausbauen,
- indem wir unser Produktportfolio weiter diversifizieren und auf die Zukunftsmärkte Wassermanagement und alternative Antriebe ausrichten,
- und indem wir unsere M&A-Aktivitäten über verschiedene Branchen, Produkte und Regionen hinweg weiter vorantreiben.

Doch keine Sorge: Wachstum um jeden Preis wird es bei uns nicht geben. Vielmehr streben wir ein Wachstum an, das **nachhaltig und profitabel** ist. Mit dem Optimierungsprogramm harmonisieren wir deshalb unsere Organisation und Prozesse, um die NORMA Group für weiteres Wachstum zu rüsten. Und mit dem Fokus auf Wasser und Elektromobilität nutzen wir gezielt die Wachstumschancen dieser Zukunftsmärkte. Mehr noch: Als Technologieführer gestalten wir sie maßgeblich mit.

Kurzum: **Wir sind gut vorbereitet. Die Zukunft kann kommen.**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.