

Rede zur Hauptversammlung

Wincor Nixdorf AG | Paderborn, 20. Januar 2014



Eckard Heidloff

Vorsitzender des Vorstands
der Wincor Nixdorf AG
Paderborn

WINCOR
NIXDORF
EXPERIENCE MEETS VISION.

„Im zurückliegenden Geschäftsjahr ist Wincor Nixdorf auf den Wachstumspfad zurückgekehrt.“

I. Begrüßung

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

auch ich darf Sie herzlich zur heutigen Hauptversammlung der Wincor Nixdorf AG begrüßen. Einer Hauptversammlung, das möchte ich gleich hinzufügen, die sowohl beim Rückblick als auch beim Blick nach vorn durchaus Anlass zur Zuversicht gibt.

Vor einem Jahr habe ich mich an dieser Stelle bezüglich der Aussichten auf das Geschäftsjahr 2012/2013 noch vorsichtig optimistisch gezeigt. Unsere Restrukturierungsmaßnahmen schienen zu greifen, unser eingeschlagener Weg schien richtig zu sein.

Heute kann ich Ihnen sagen: Mein verhaltener Optimismus hat sich als richtig erwiesen und ist sogar noch übertroffen worden. Denn im zurückliegenden

Geschäftsjahr ist Wincor Nixdorf auf den Wachstumspfad zurückgekehrt. Doch nicht nur deshalb liegt ein wichtiges Geschäftsjahr hinter uns.

Wir haben auch weitere und deutliche Fortschritte in der Neuausrichtung unseres Unternehmens gemacht und entscheidende Weichenstellungen für die Zukunft eingeleitet. Dazu gehören vor allem die stärkere Ausrichtung auf die Schwellenländer und der begonnene Ausbau unseres Software-Geschäfts. Auf beides werde ich später noch näher eingehen.

Nur so viel schon einmal vorweg: Das von uns angestrebte deutliche Wachstum in den Schwellenländern haben wir erreicht und damit eines unserer wichtigsten Ziele umgesetzt. Denn mit einem deutlichen Plus in diesen Regionen konnten wir die anhaltende Schwäche in unserem Kernmarkt Europa mehr als ausgleichen.

Was wir im Einzelnen erreicht haben, lässt sich am besten an den Finanzkennziffern ablesen.

II. Eckpunkte des Jahres- und Konzernabschlusses 2012/2013

Die Zahlen sind Ihnen grundsätzlich bekannt. Daher möchte ich nachfolgend nur noch einmal kurz die wesentlichen Eckdaten des Geschäftsjahres 2012/2013 hervorheben. Das Positive dabei: Wir konnten uns bei allen Finanzkennziffern deutlich verbessern.

1. Den Konzernumsatz erhöhten wir um 5 Prozent auf eine neue Bestmarke von 2,465 Milliarden Euro.
2. Der Anteil der Schwellenländer am Gesamtumsatz des Konzerns erhöhte sich deutlicher als wir es vorgenommen hatten – er stieg auf mehr als 30 Prozent. Besonders erfolgreich waren wir dabei in Russland, der Türkei sowie in Asien/Afrika.
3. Im Hardware-Geschäft sind wir nach einigen Jahren der Stagnation oder des Rückgangs wieder zurück auf einem Wachstumskurs. Hier konnten wir um 8 Prozent zulegen, wobei sich auch dieses Geschäft vor allem in den Schwellenländern positiv entwickelte. Trotz des deutlichen Wachstums bei Hardware hielten wir den Umsatzanteil von Software/Services am Gesamtumsatz des Konzerns bei über 50 Prozent.
4. Beim operativen Ergebnis, d.h. dem Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Amortisation (EBITA), hatten wir uns vorgenommen, es gegenüber dem Vorjahr erkennbar zu steigern. Auch dies ist uns gelungen: Wir konnten es gegenüber dem Vorjahr um 31 Prozent auf 132 Millionen Euro verbessern. Damit haben wir unser selbstgesetztes Ziel von 120 Millionen Euro deutlich übertroffen.
5. Das Periodenergebnis stieg um 40 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Es erreichte 88 Millionen Euro.
6. Beim Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit konnten wir sogar noch deutlicher zulegen. Er stieg um 82 Prozent auf 160 Millionen Euro.
7. Die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung, die wir als Investition in die Zukunftsfähigkeit auf möglichst hohem Niveau halten, lagen mit 99 Millionen Euro um 10 Prozent über Vorjahr. Schwerpunkte waren hier die Weiterentwicklung unseres CINEO-Produktportfolios, ein neues Modul für die Scheckverarbeitung sowie die Entwicklung

eines mobilen Gerätes für den bargeldlosen Zahlungsverkehr. Und selbstverständlich spiegelte sich auch der neue Schwerpunkt „Software“ in den F&E-Investitionstätigkeiten wider.

8. Die Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verringerte sich um 231 auf nunmehr 8.826. Dies war im Wesentlichen eine Folge der Restrukturierungsmaßnahmen. Diese hatten in Deutschland und Europa zu einem Abbau von insgesamt ca. 500 Mitarbeiterstellen in den letzten beiden Geschäftsjahren geführt. Zudem bauten wir mehr als 200 Stellen in der Fertigung am Standort Singapur ab. Parallel dazu haben wir in den Gebieten Software und Services aber auch Personal aufgebaut. Damit setzte sich der merkbare Umbau der Personalstruktur als Folge der Restrukturierungsaktivitäten sowie der eingeleiteten Neuausrichtung fort.
9. Wir haben unsere Bilanz weiter gestärkt und die finanzielle Stabilität nochmals gefestigt. Wir erhöhten das Eigenkapital um 54 Millionen Euro auf 383 Millionen Euro und stärkten damit unsere Eigenkapitalbasis. Die Nettoverschuldung führten wir um 75 Millionen Euro auf nunmehr 124 Millionen Euro zurück.
10. Die Dividende steigt spürbar. Der Dividendenvorschlag, den Vorstand und Aufsichtsrat Ihnen heute unterbreiten, sieht eine deutliche Erhöhung von 1,05 Euro im Vorjahr auf nunmehr 1,48 Euro je Aktie vor. Der Vorschlag folgt dabei der beim Börsengang von Wincor Nixdorf erklärten Dividendenpolitik. Danach soll etwa die Hälfte des jeweils in einem Geschäftsjahr im Konzern erwirtschafteten Periodenergebnisses als Dividende ausgeschüttet werden. In der Fortführung dieser Leitlinie sehen wir ein wesentliches Element der Verlässlichkeit und Kontinuität gegenüber Ihnen, unseren Anteilseignern.

III. Rückblick

Meine Damen und Herren,

wenn ich eingangs davon sprach, dass dies ein wichtiges Geschäftsjahr war, dann auch deshalb, weil wir unser Unternehmen ein Stück weit zukunftsorientierter ausgerichtet haben. Das wurde vor allem durch das planmäßig abgeschlossene Restrukturierungsprogramm erreicht. Es schuf zugleich gute Voraussetzungen für die nächste Stufe der Neuausrichtung.

Hier nun eine kurze Zusammenfassung dessen, was wir unternommen haben.

Neuausrichtung des weltweiten Vertriebs- und Services-Netzwerks

Durch den Umbau und die Zusammenfassung von Länderorganisationen haben wir Skaleneffekte in Vertrieb und Service erreicht. Indem wir Länder zu Ländergruppen bündelten, konnten Management-, Unterstützungs- und Administrationsfunktionen zusammengefasst werden. Zugleich strukturierten wir das globale Service-Geschäft neu. Ziel dabei war es, das Portfolio und die Leistungserbringung durchgängig zu standardisieren sowie Ressourcen zu bündeln. Zusätzlich haben wir Shared Service Center für Service und Administration in Betrieb genommen. Dabei haben wir gleiche, aber an unterschiedlichen Orten bearbeitete Prozesse standardisiert und an wenigen Standorten gebündelt.

Stärkere Konzentration und Refokussierung unserer Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten

Im Zuge der stärkeren Ausrichtung unserer Unternehmensaktivitäten auf die Schwellenländer nahmen wir Ergänzungen und Anpassungen unseres Produktportfolios vor. Am stärksten wird das im Hardware-Bereich an unserer „ProCash“-Produktlinie deutlich, auf die ich später noch detaillierter eingehen werde.

Im Entwicklungsbereich haben wir die industrieübergreifende Bündelung der Kompetenzen zur Standardisierung und Modularisierung unseres Leistungsportfolios vorangetrieben. Wir wollen damit zusätzliche Synergiepotenziale im Hinblick auf das Know-how und die verfügbaren Ressourcen erschließen. Damit verbunden verstärkten wir unser globales F&E-Netzwerk, wozu der eingeleitete Ausbau der Entwicklungskapazitäten in Singapur gehört. Neben der Verstärkung des F&E Netzwerkes im Hardware-Bereich, bauen wir unsere Entwicklungskapazitäten auch im Bereich Software, besonders am Standort Kattowitz, weiter aus.

Neuausrichtung unseres globalen Logistik- und Fertigungsnetzwerkes

Um die für die globale Wettbewerbsfähigkeit im Hardware-Geschäft notwendigen Kostenstrukturen zu optimieren, haben wir zwischen dem eigenen Pro-

duktionsverbund und externen Partnern neue Formen der Arbeitsteilung implementiert. So verlagerten wir etwa eigene Fertigungsprozesse noch stärker als bisher auf ausgewählte strategische Lieferanten, von denen viele in Low-Cost-Countries angesiedelt sind. Ergänzend dazu beziehen wir preissensitive Produkte künftig verstärkt aus unserem Werk in China. Insgesamt setzen wir damit die schrittweise Verlagerung unserer Wertschöpfung in die Region Asien/Pazifik fort, also dorthin, wo wir in Zukunft weiterhin starkes Wachstum erwarten.

Im Zuge der Verlagerung von Teilen der Fertigung auf das Werk in China sowie auf externe Lieferanten wurde das seit 30 Jahren in Singapur ansässige Werk geschlossen. Zuletzt waren dort mehr als 200 qualifizierte und langjährig beschäftigte Mitarbeiter tätig.

Trotz dieses Schrittes behält der Standort Singapur für Wincor Nixdorf eine hohe Bedeutung. Und dies in dreifacher Hinsicht: als Sitz des Regional Headquarters für die strategische Wachstumsregion Asien/Pazifik, als Standort für F&E-Aktivitäten in Richtung Schwellenländer sowie zur Steuerung unseres asiatischen Lieferanten- und Logistiknetzwerks.

So wichtig alle diese skizzierten Veränderungen auch waren, so stellen sie doch nur eine Etappe auf dem Weg von Wincor Nixdorf in die Zukunft dar. Um diesen Weg weiterhin erfolgreich zu gestalten, haben wir weitere Weichenstellungen vorgenommen. Insgesamt ergibt sich mit den bereits absolvierten und den neu eingeleiteten Schritten eine Neuausrichtung, die das Bild von Wincor Nixdorf deutlich und nachhaltig verändern wird.

IV. Trends und Entwicklungen

Meine Damen und Herren,

damit Sie nachvollziehen können, warum wir unser Unternehmen so stark verändern, möchte ich kurz einige Trends und Entwicklungen ansprechen. Sie veranschaulichen, wie dynamisch sich unsere Märkte entwickeln.

Lassen Sie mich zunächst auf die Schwellenländer eingehen. Sie bleiben das wichtigste Element des weltweiten volkswirtschaftlichen Wachstums und sind ein bedeutender Wachstumstreiber für das Geschäft von Banken und Handelsunternehmen. Denn in diesen Ländern wachsen Wohlstand und weltweite Kaufkraft auf absehbare Zeit am stärksten. Ein Gradmesser dafür ist die Ausbreitung

der Mittelschicht, also der sozialen Gruppe, die in der Breite über die größte Kaufkraft verfügt. Diese Mittelschicht wird sich im Zeitraum bis etwa 2028 weltweit auf rund 4,2 Milliarden Menschen verdoppeln. Am stärksten wächst dabei die Mittelschicht in den Schwellenländern (McKinsey Quarterly).

Auch eine andere Studie zur Kaufkraftentwicklung hebt die Bedeutung der Schwellenländer hervor. Sie bezieht sich auf die Entwicklung des Handelsgeschäfts in den 27 weltweit größten Städten. Demzufolge dominieren auf absehbare Zeit zwar noch Großstädte der Industriestaaten wie Tokio, London oder New York den Markt. Doch bis 2025 wird sich dieses Verhältnis verändern. Dann wird rund die Hälfte aller Konsumgüter in den Metropolen der Schwellenländer über die Ladentheke gehen (Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Price Waterhouse Coopers).

Für Retailbanken und Handelsunternehmen bedeutet diese Entwicklung ein großes Wachstumspotenzial und immense Chancen. Schließlich besteht in der Bevölkerung ein Bedarf nach grundlegenden Bankdienstleistungen, der kontinuierlich größer wird. Dies führt zum Beispiel gerade in den Schwellenländern zu einer Ausweitung der Geldautomaten-Netzwerke, um auch dort die Bargeldversorgung sicherstellen zu können. Getrieben durch diese Entwicklung wird sich die Anzahl der Geldautomaten weltweit bis zum Jahr 2018 von jetzt etwa 2,6 Millionen Systemen auf bis zu 3,7 Millionen Systeme erhöhen (britisches Marktforschungsunternehmen Retail Banking Research).

Zunehmende Kaufkraft und Bevölkerungswachstum lassen den privaten Konsum steigen. Daher weiten auch globale Handelskonzerne und Markenartikelhersteller ihre Präsenz aus. Dabei übertragen sie zumeist ihre international erfolgreichen Geschäftsmodelle auch auf die Schwellenländer. Wenn sie dort ihre Filialnetze vergrößern, treffen sie auf rasant wachsende lokale Handelskonzerne. Auch diese beteiligen sich mit der Ausdehnung ihrer Netze am Wettbewerb um die Konsumenten.

Interessant in diesem Zusammenhang ist, dass Bargeld weltweit das wichtigste Zahlungsinstrument bleibt. So nehmen die weltweiten Bargeldbestände weiter zu – um etwa 6 Prozent pro Jahr allein in den Industrieländern und noch stärker in den Schwellenländern. Die Angabe, dass rund 9 von 10 Bezahltransaktion in bar vorgenommen werden, ist unverändert gültig (Mastercard 2013). Als direkte Folge davon wird die Nutzung von Geldautomaten zunehmen, um sich mit Bargeld zu versorgen. So

werden die Auszahlungen an Geldautomaten bis zum Jahr 2018 um jeweils 9 Prozent pro Jahr zulegen (Retail Banking Research).

Während Bargeld also seine Attraktivität als Zahlungsmittel behält, steigt parallel die Nutzung der mobilen Bezahltransaktionen, – also solcher Bezahlungen, die zum Beispiel über Smartphones vorgenommen werden. So soll das Volumen mobiler Bezahltransaktionen im Zeitraum bis 2017 jährlich um 35 Prozent weltweit zulegen (IT-Marktforschungsunternehmen Gartner).

V. Anforderungen an unsere Kunden

Meine Damen und Herren,

wie ich bereits anführte, bergen alle diese Entwicklungen für unsere Kunden große Wachstumschancen. Zugleich stehen Banken und Handelsunternehmen aber auch in den Industrienationen vor großen Herausforderungen, die zu Veränderungen führen. Sie unterliegen dort einem enormen Wettbewerbs- und Differenzierungsdruck. Dies führt einerseits dazu, dass beide Branchen ihre Vertriebswege fortlaufend erweitern. Sie müssen sich den von den Konsumenten vorangetriebenen Markt- und Technologietrends anpassen. Andererseits sind sie gezwungen, ihre Anstrengungen zur Effizienzsteigerung und Kostenreduzierung weiter zu intensivieren.

Speziell an den Schnittstellen zu ihren Kunden sehen sich Banken und Handelsunternehmen mit zahlreichen Herausforderungen konfrontiert: Das Konsumentenverhalten verändert sich immer rasanter, das Off- und Online-Geschäft wachsen zusammen, die operativen Kosten müssen reduziert werden. Gleichzeitig steigen die Anforderungen an Sicherheit sowie – besonders bei Banken – die Kosten für die Umsetzung von Regulierungsanforderungen. Handelsunternehmen müssen zusätzlich ihre Präsenz in Industrieländern immer kundenfreundlicher und effizienter gestalten und zugleich in Schwellenländern immer weiter expandieren. In Summe führen alle diese Faktoren bei unseren Kunden zu entscheidenden Veränderungen.

Bei diesen Veränderungen kristallisieren sich einige wesentliche Aspekte für uns heraus.

Die Rolle der Filiale wird sich weiter wandeln.

Künftig wird die Filiale bei Banken wie Handelsunternehmen stärker in das Gesamtkonzept integriert sein.

Sie ist also nur einer von mehreren Vertriebskanälen, wenn auch der wichtigste. Besonders bei Banken sehen wir deutliche Modifizierungen der Filialen. Die eine Standard-Bankfiliale gibt es nicht mehr, je nach Standort sind individuelle Formate gefragt. Dabei gibt es einen breiten Mix, die auch je nach Geldinstitut unterschiedlich ausgestaltet sind. Die Spannbreite reicht von einer hoch automatisierten Selbstbedienungsfiliale bis hin zu personalintensiveren Full-Service-Filialen. Mischformen sind Filialen in denen über Selbstbedienungssysteme, die von Bankmitarbeitern wie Bankkunden gleichermaßen bedient werden, Beratungsgespräche unterstützt oder initiiert werden. Besondere Aushängeschilder sind vielfach modernste Flagship-Filialen, in denen Banken vollkommen neue Konzepte der Kundeninteraktion umsetzen. Alle Filialformate sind dabei konzeptionell wie auch infrastrukturell über Informationstechnologien in das Netzwerk der Vertriebskanäle integriert, denn der moderne Kunde will frei zwischen den einzelnen Kanälen wechseln können. Im Endeffekt bedeutet dies für die Filiale, dass neue Beratungsansätze entstehen, während zugleich die Prozessautomatisierung und die Effizienz im IT-Betrieb einen noch größeren Stellenwert erhalten.

Es zählt vor allem die Multi- oder Omni-Kanal-Präsenz – das ist eine enorme Aufgabe für unsere Kunden.

Zunehmend gehen Konsumenten dazu über, unterschiedliche Möglichkeiten, wie Ladengeschäfte, Kataloge und Broschüren, Callcenter, Internet oder Mobiltelefone, parallel in Anspruch zu nehmen. Dabei kommt dem Daten-Austausch ein besonders hoher Stellenwert zu. So legen Konsumenten zum Beispiel Wert darauf, in allen Vertriebskanälen die gleichen Informationen zu erhalten und das gleiche Markenerlebnis zu erfahren. Zudem wollen sich Banken und Handelsunternehmen über ein positives Kunden- beziehungsweise Einkaufserlebnis vom Wettbewerb differenzieren. Dazu integrieren sie zum Beispiel Smartphones oder Tablets und nutzen sie in Beratungs- oder Service-Prozessen in den Filialen.

Über alle angesprochenen Entwicklungen hinweg sehen wir eine weiter steigende Bedeutung von Software.

Wir haben dabei zum Beispiel bei Banken die Software im Blick, die beim Betrieb von Selbstbedienungssystemen eine Rolle spielt. Sicherlich ein spezialisierter

Markt, der aber sehr attraktiv ist und in dem wir sehr gute Ausgangspositionen haben. Denn dort ist Software gefragt, die auf allen Geräten läuft, egal von welchem Hersteller diese stammen. Und diese sogenannte Multivendor-Software haben wir im Angebot. Dieser Markt soll bis zum Jahr 2017 um 75 Prozent wachsen (britisches Marktforschungsunternehmen Retailbanking Research).

Ein weiteres wachsendes Anwendungsgebiet bei Banken ist Software für den kostengünstigen Betrieb ihrer IT-Infrastrukturen. Wir verfügen zum Beispiel über Software für die Fernüberwachung von Selbstbedienungssystemen. Dabei können durch präzise und detaillierte Informationen über den Betriebszustand eines Gerätes Störungen nicht nur schnell erkannt, sondern zu einem Großteil auch bereits netzgestützt behoben werden. Hinzu kommt natürlich der immer bedeutender werdende Markt von Sicherheits-Software zum Schutz vor kriminellen Angriffen. Darüber hinaus ist bei Retailbanken auch Software zur Integration der unterschiedlichen Vertriebskanäle gefragt. Gleiches gilt für Handelsunternehmen. Auch hier ist es die Software, die eine Ausweitung des Geschäfts über unterschiedliche Vertriebskanäle ermöglicht. Und auch im Handel ist es Software, die den kostengünstigen Betrieb der IT in weltweiten Filialnetzen von Global Playern sicherstellt und hilft, weitere Rationalisierungsfortschritte in den Prozessketten zu erschließen.

VI. Die Neuausrichtung von Wincor Nixdorf

Meine Damen und Herren,

was bedeuten nun alle diese Veränderungen für die Neuausrichtung von Wincor Nixdorf? – Um es kurz zu sagen: Alle von mir genannten Faktoren zeigen, dass wir in wachsenden und sich stark verändernden Märkten tätig sind. Wir müssen uns jetzt allerdings richtig aufstellen, um an diesem Wachstum teilzuhaben.

Welche Richtung wir dabei am besten einschlagen sollten, erklärt sich bereits aus den von mir angesprochenen Trends. Einiges davon spiegelt sich auch schon in Maßnahmen unserer abgeschlossenen Restrukturierung wider. Mit der eingeleiteten strategischen Neuausrichtung werden wir diese Richtung weiter verfolgen. Ziel ist es, Wincor Nixdorf so aufzustellen, dass wir an den geschilderten Entwicklungen mit weiterem nachhaltigem Wachstum partizipieren werden.

Um diesen Ansprüchen zu genügen, konzentrieren wir uns auf folgende wesentliche strategische Linien unserer weiteren Unternehmensentwicklung.

1. Wir wollen unser Geschäft in den Schwellenländern weiter ausbauen.

Das können wir nur mit einem auf die spezifischen Erfordernisse dieser Länder zugeschnittenen Produktportfolio. Es genügt bei weitem nicht, die High-End-Produkte aus den Industrieländern lediglich abzuspucken. Vielmehr haben wir gelernt, dass wir unsere Leistungen an die spezifischen Erfordernisse der Schwellenländer anpassen müssen. Vor diesem Hintergrund haben wir unser Portfolio entsprechend ausgerichtet und werden zudem die auf die Erfordernisse der Schwellenländer ausgelegten Entwicklungskapazitäten am Standort Singapur ausbauen. Darüber hinaus haben wir unsere Ausgangspositionen in den Schwellenländern durch die Stärkung unseres Vertriebs zur globalen Vermarktung des gesamten Leistungsportfolios wesentlich verbessert.

2. Wir setzen bei unserem Wachstum auf ein nachhaltiges Hardware-Geschäft und bauen daher unser weltweites Logistik- und Fertigungsnetzwerk weiter um.

Für die Anforderungen in den Industrieländern sehen wir uns mit unserer innovativen Hardware-Technologie der CINEO-Systemreihe sehr gut positioniert. Zumal sie eine Plattform-Technologie ist, die wir nicht nur im Banking-Geschäft einsetzen können. Wichtige Kernelemente der CINEO-Systemreihe kommen auch im Handelsgeschäft zum Einsatz; zum Beispiel in Konzepten für die automatisierte Annahme und Verarbeitung von Bargeld in Supermärkten.

Für unser weltweites Geschäft mit Handelsunternehmen, ganz gleich ob in Industrie- oder Schwellenländern, spielen unsere elektronischen Kassensysteme weiterhin eine bedeutende Rolle. Wir sind auf diesem Gebiet einer der führenden Hersteller weltweit und erweitern unsere BEETLE-Systemreihe kontinuierlich. Jüngste Neuentwicklung ist ein All-in-One-System. Es beinhaltet bislang getrennte Kassensystemkomponenten wie Rechner, Touch-Display, Kundenanzeige und Kartenleser in einer Systemeinheit. Dadurch ist es in unterschiedlichen Kundenumgebungen von Handel und Gastronomie sehr flexibel einsetzbar.

Wenn wir am wachsenden Banken-Geschäft in Schwellenländern teilhaben wollen, lässt sich dies nach unserer Erfahrung nur schwer mit High-End-Produkten realisieren. Daher haben wir mit der Produktlinie „Pro-Cash“ eine Portfolio-Anpassung speziell für Schwellenländer vorgenommen. Die Systeme müssen robust, zuverlässig und klar auf spezifische Funktionen fokussiert sein. In Indien sollen Geldautomaten zum Beispiel lediglich Geld auszahlen können. In China hingegen ist auch die Einzahlungsfunktion gefragt. Für Brasilien wiederum müssen die Geräte an das jeweilige Design der Banken angepasst werden.

Angesichts der Wachstumsperspektiven in den Schwellenländern müssen wir uns dort einem sehr starken Wettbewerb stellen. Dieser resultiert zum einen daraus, dass Kunden bei Ausschreibungen mit sehr hohen Stückzahlen über bisweilen starke Verhandlungspositionen verfügen. Zum anderen treffen wir dort neben den etablierten globalen Hardware-Anbietern auch auf lokale oder regionale Wettbewerber. Allerdings können wir auch in den Industrieländern unsere Hardware nur zu wettbewerbsfähigen Kostenstrukturen vermarkten.

Vor diesem Hintergrund werden wir den begonnenen Umbau des weltweiten Logistik- und Fertigungsnetzwerks weiter vorantreiben.

3. Anspruchsvolle Service-Leistungen als weitere wichtige Wachstumstreiber.

Wenn wir das Geschäft mit Handelsunternehmen betrachten, dann kennzeichnet diese Branche, dass sehr viele Unternehmen international, wenn nicht gar global aktiv sind. Bereits seit jeher sind diese Unternehmen für uns Garantien für ein gutes Wachstumspotenzial, da wir sie auf diesem Weg begleiten. Unser Erfolg basiert dabei auf unserer weltweiten Präsenz und Leistungsstärke. Die Begleitung erfolgt auf der Hardware-Seite vor allem über modernste Checkout-Technologien, allen voran unsere BEETLE-Kassensysteme. Auf der Software-Seite bietet unsere TP-Application Suite deutliche Vorteile, um weltweit in Filialen die gleichen Prozesse laufen zu lassen und dieses Geschäft konzernweit zu verwalten.

Je größer und globaler die Kundenunternehmen werden, desto komplexer und kostenintensiver werden dabei auch deren IT-Infrastrukturen und die für den Betrieb der Informationstechnologie erforderlichen Service-Leistungen. Daher beobachten wir seit einigen Jahren einen

verstärkten Trend der Global Player dahingehend, diese Komplexität für sich zu reduzieren und durch Standardisierungen Kosten einzusparen. In der ersten Stufe ging es für sie darum, weltweit einheitliche Service-Leistungen zu beauftragen. Darauf haben wir uns unsererseits eingestellt. Wir schufen eine weltweit einheitliche Service-Infrastruktur und definierten weltweit einheitliche Prozesse und Qualitätsstandards. Diese Schritte haben wir im Zuge der bereits dargestellten Restrukturierungsaktivitäten vollzogen. Durch die Zusammenlegung von Ressourcen erzielen wir zusätzliche Effizienzvorteile.

Wir sind nun in der Lage, mit den Zentralen der Handelskonzerne weltweit einheitliche Service-Beauftragungen zu vereinbaren. Wir können diese Services in einem definierten Umfang grundsätzlich weltweit und - je nach Präferenz der Kunden - in den Ländern ihrer Wahl durchführen.

Aufbauend auf unserer Expertise und unserer weltweiten Präsenz gehen wir sogar noch einen Schritt weiter: Wir entwickeln mit einigen unserer Kunden Konzepte, wie wir gemeinsam noch mehr Kosten und Komplexität reduzieren können. Sie beauftragen dabei, dass wir ihnen die Installation und den gesamten Betrieb der Software und der Hardware in ihren Filialen abnehmen. Über eine vereinbarte Laufzeit ist es dann unsere Aufgabe, die Verfügbarkeit der IT sicherzustellen, was wir unter anderem durch die laufende Überwachung und Aktualisierung der Hard- und Software erreichen.

Ein herausragendes Beispiel ist IKEA: Das weltweit aktive und bekannte schwedische Möbelhaus hat uns erstmals als einzigem Partner seine gesamte Kassen-Infrastruktur in weltweit mehr als 300 Stores sowie den Betrieb der dortigen Software und Systeme anvertraut. Die Vergabe dieses Projektes von einem so renommierten Unternehmen an nur einen einzigen Lieferanten ist ein großer Vertrauensbeweis für Wincor Nixdorf.

Wir bieten Handelsunternehmen sogar ein IT-Komplettpaket über den gesamten Lebenszyklus von Filialen: Von der Eröffnung weiterer Filialen in bestehenden Märkten so wie der Eröffnung von Filialen in neuen Märkten, über den Betrieb und die Erneuerung bis zum Rückbau von Filialen, einschließlich Beratung und Projektmanagement.

Auch im Bankengeschäft entwickeln wir uns in Richtung immer umfassenderer und anspruchsvollerer

Serviceleistungen weiter. Banken können Komplexität und Kosten reduzieren, indem sie Aufgaben oder Geschäftsprozesse auf dem IT-Gebiet an Wincor Nixdorf übertragen oder outsourcen.

Herausragendes Beispiel hierfür ist die Norddeutsche Landesbank, die zu den zehn größten deutschen Geldinstituten gehört. Die Bank beauftragte Wincor Nixdorf, die zentrale operative Betriebsführung wesentlicher Teile ihrer IT-Infrastruktur zu übernehmen. Dazu gehören zum Beispiel zwei Rechenzentren und rund 7.000 Arbeitsplatzsysteme. Für Wincor Nixdorf sprachen dabei nicht zuletzt auch unsere bankfachlichen Kompetenzen. Diese sind etwa im Hinblick auf bankspezifische Regularien oder Anforderungen der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht – kurz: BaFin – erforderlich.

Beide angesprochenen Kundenprojekte – IKEA, wie auch die NORD/LB drücken den Stellenwert aus, den wir mit unserer Leistungsfähigkeit im Markt repräsentieren. Wenn Sie sich näher darüber informieren möchten, finden Sie eingehendere Beschreibungen zu beiden und weiteren Projekten im Magazinteil unseres Geschäftsberichts.

4. Wir werden unser Software-Geschäft weiter ausbauen.

Wie ich Ihnen bereits bei meinem Überblick über die Marktentwicklungen erläuterte, sehen wir einen wachsenden Bedarf an Software. Wir haben daher bereits im zurückliegenden Geschäftsjahr eine unternehmensinterne Ausbauoffensive auf den Gebieten Software und Professional Services eingeleitet. Diese Offensive ist über mehrere Jahre angelegt. Ziel ist es, die mit den bisherigen Software-Angeboten erreichten Marktpositionen mittel- und langfristig auszubauen und unser Potenzial als Lösungsanbieter noch besser auszuschöpfen.

Welche Bedeutung das Software-Geschäft bereits heute für uns hat, lässt sich unter anderem an der Anzahl der damit bei uns beschäftigten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ablesen. Rund 1.500 Spezialisten unserer weltweit knapp 9.000 Beschäftigten konzentrieren sich auf die Entwicklung von Software sowie die damit verbundenen Leistungen. Dabei handelt es sich um die sogenannten „Professional Services“, wie Prozessanalyse, Integrations- und Customizing-Leistungen, Schulungen und Maintenance von Software.

Wenn wir nun eine Wachstumsoffensive bei Software starten, dann deshalb, weil wir die Gelegenheit und die Ausgangsbasis dafür mehr als günstig erachten. Dafür gibt es mehrere Gründe.

Zum einen verfügen wir bereits über ein exzellentes Software-Portfolio.

So offerieren wir Banken ein Software-Angebot, das sie in Verbindung mit Selbstbedienungssystemen einsetzen. Es ermöglicht zum Beispiel den effizienten Betrieb von Geldautomaten-Netzwerken und deren zentralisierter Steuerung. Zudem verhindert unsere Software dort unautorisierte Zugriffe. Neben diesen systemnahen Angeboten verfügen wir über Integrations-Software, die erlaubt, die einzelnen Vertriebskanäle auf einer Plattform zusammenzuführen.

Im Geschäft mit Handelsunternehmen verfügen wir ebenfalls über eine leistungsfähige Software-Plattform. Sie ist bereits bei vielen globalen Handelskonzernen eingesetzt. Ihre Module steuern auf Ebene der einzelnen Handelsfilialen alle relevanten Schnittstellen zu den Konsumenten in Supermärkten – vom traditionellen Check Out bis hin zu mobilen Lösungen. Auf Ebene der Unternehmenszentrale bietet die Software die Möglichkeit, alle Prozesse in den Filialen eines Netzwerkes in Echtzeit zentral zu verwalten.

Der zweite Grund ist, dass wir uns mit unserem Software-Angebot schon jetzt in deutlich wahrnehmbaren Marktpositionen befinden.

Allerdings ist der Markt sehr fragmentiert. Wettbewerb entsteht uns durch einige globale Anbieter, aber auch durch viele kleine lokale oder in Nischen tätige Unternehmen. Auch Banken betreiben noch viele eigene Software-Anwendungen. Allerdings scheint ihre Zeit allmählich abzulaufen, da man mit ihnen nicht so kostengünstig, flexibel und schnell operieren kann, wie es heute erforderlich ist.

Insgesamt erwarten wir daher, dass sich der Markt für Software bei Retailbanken und Handelsunternehmen in den nächsten Jahren deutlich konsolidieren wird. Eine ähnliche Entwicklung hat es vor einigen Jahren bereits im Hardware-Geschäft gegeben. Und dort spielen wir heute in der Spitze mit.

Für uns – **und damit bin ich beim dritten Punkt angelangt** – spricht nicht zuletzt, dass wir über exzellente Kundenbindungen verfügen. Die hohe Anzahl der

weltweit größten Player in Retailbanking und Handel, die unsere Kunden sind, spricht für sich. Hinzu kommt: Wir sind über Jahrzehnte mit den Geschäftsprozessen in beiden Branchen intensiv vertraut.

Insofern sehen wir die Rahmenbedingungen als günstig an, bei der Software nochmals ordentlich zulegen zu können. Daher haben wir uns ein sehr ambitioniertes Ziel gesetzt: Wir wollen unser Software-Geschäft in den nächsten fünf Jahren verdoppeln!

Primär setzen wir dabei auf organisches Wachstum, denn das hat uns auch bislang schon erfolgreich gemacht. Hinzu kommen gezielte Akquisitionen zur Arrondierung unseres Portfolios. Gleichzeitig sind wir offen für die Zusammenarbeit mit spezialisierten Partnern. Denn unser Anspruch ist es nicht, alle Leistungen in-house abzudecken. Allerdings wird das Gesamtkonzept von uns als Architekt und Integrator gesteuert.

Um den Ausbau der Software-Aktivitäten konzentriert voranzutreiben, haben wir im niederländischen Utrecht ein eigenes Software-Headquarter aufgebaut. Es ist mit Beginn des laufenden Geschäftsjahres an den Start gegangen. Von dort aus werden alle unsere weltweiten Software-Aktivitäten gesteuert. Das beinhaltet Vertrieb, Entwicklung und die mit Software verbundenen Professional Services.

Bei der Festlegung auf den Standort Utrecht haben wir es uns nicht leicht gemacht. Grundsätzlich wollten wir ein eigenes Headquarter für Software schaffen. Dies erschien uns richtungweisend, da sich die Kultur des Software-Geschäfts deutlich von der des Hardware-Geschäfts unterscheidet. Um diese spezifische eigene Software-Kultur zu fördern und damit die Entwicklungschancen zu begünstigen, erschien uns in jedem Fall ein Standort unabhängig von Paderborn als geboten. Paderborn ist und bleibt weiterhin der Unternehmenssitz, aber wird im Denken und Handeln vielfach mit Hardware verbunden. Utrecht hingegen liegt inmitten einer sehr attraktiven Europäischen Wachstumsregion für Informationstechnologie. Zudem ist es verkehrsgünstig über den Flughafen Schiphol an die Welt angebunden. Und es ist andererseits in einer sehr gut überbrückbaren Entfernung zu Paderborn gelegen.

Jüngste Aktivität im Zuge des Ausbaus unserer Software-Aktivitäten ist die Akquisition der DATEC Retail Systems a.s.. Dieser Software-Spezialist mit Sitz im tschechischen Zlín ergänzt unser eigenes Software-Angebot für

Handelsunternehmen um eine wichtige Expertise. Für das Geschäft mit Handelsunternehmen ist es unser Anspruch, für alle Geschäftsgrößen und Vertriebskanäle die Software-Anwendungen bereit zu stellen, die der Markt fordert.

DATEC hat etwa 40 Mitarbeiter und erwirtschaftet einen Umsatz im einstelligen Millionenbereich. Das Unternehmen ist vor allem auf die Datenintegration im Zuge von Omni-Channel- und Warenwirtschafts-Prozessen spezialisiert. Zudem verfügt DATEC über Software, die Informationen zur Verkaufsberatung, Bezahl- und Warenwirtschaftsfunktionen auf mobilen Endgeräten, wie zum Beispiel Tablets, verfügbar macht. Diese Geräte werden im Handel bei der Kundenberatung und beim Filial-Management immer wichtiger.

5. Wir werden im Bereich mobiler Bezahlssysteme weiter wachsen.

Ergebnisse aus der Marktforschung besagen, dass die Anzahl bargeldloser Transaktionen etwa über Kreditkarten mit zweistelligen Wachstumsraten ansteigt. Wie bereits berichtet, findet starkes Wachstum auch bei Zahlungen statt, die über Smartphones abgewickelt werden. Hintergrund dafür ist, dass immer mehr Menschen über Mobiltelefone verfügen. Weltweit nutzen 4,8 Milliarden Menschen ein Mobiltelefon. Damit gibt es weltweit 600 Millionen mehr Nutzer eines Mobiltelefons als Besitzer einer Zahnbürste! Mobiltelefone sind zu unseren ständigen Lebensbegleitern geworden und erfüllen immer mehr Funktionen (Quelle Deloitte Digital, 2012).

Unser Ziel ist es, an den Megatrends der mobilen und bargeldlosen Bezahlverfahren teilzuhaben. Genau genommen müssen wir das sogar, denn wir haben eine herausragende Expertise an der Schnittstelle von Banken und Handel zu ihren Kunden. Dort erleichtern oder automatisieren wir Transaktionen. Das gilt bislang besonders für das Bezahlen mit Bargeld, aber auch bargeldlos mit Schecks oder mit Kredit- und EC-Karten. Hier verfügt unser Unternehmen bereits über fundierte Erfahrungen sowohl aus dem Banken- als auch dem Handelsbereich. Für Shell verarbeiten wir beispielsweise kartenbasierte Zahlungen an rund 1.300 Tankstellen in Deutschland. Für die Coop Bank in Großbritannien sind es täglich 1,5 Millionen Transaktionen aus 2.600 Selbstbedienungssystemen wie Geldautomaten und Überweisungsterminals. Dabei umfasst die Transaktionsverarbeitung die Entgegennahme und Prüfung der Daten sowie die

konsolidierte Übergabe dieser Daten an das Kernsystem der Bank. Kurz gesagt: Wir sind mit Aspekten wie Freigabeverfahren, sicherheitstechnischen Verschlüsselungen oder auch der sicheren Weiterleitung von Daten bestens vertraut. Außerdem sorgen wir mit unseren Software-Plattformen dafür, dass die unterschiedlichen Vertriebskanäle zusammengeführt werden können.

Vor diesem Hintergrund haben wir den Vertrieb und die Weiterentwicklung unseres bisherigen Geschäfts mit bargeldlosen Bezahlssystemen in einer neuen Geschäftseinheit zusammengefasst. Diese „Cashless Payments“ genannte Einheit ist seit Oktober 2013 in Prag am Start.

Auf unserer in diesen Tagen stattfindenden internationalen Fachmesse Wincor World werden wir das neu ausgerichtete Leistungsangebot für Cashless Payments erstmals der Fachöffentlichkeit vorstellen. Es ist darauf ausgerichtet, Banken und Handel bei den sehr komplexen mobilen Bezahlverfahren in technologischer Hinsicht komplett zu entlasten. Unsere Kunden sollen sich nicht darum kümmern müssen, sondern sich vollkommen auf ihr eigentliches Geschäft konzentrieren.

Gerade im Bereich mobiler Bankgeschäfte ergeben sich zahlreiche Möglichkeiten.

- ▶ In Zusammenarbeit mit einem Kreditkartenunternehmen haben wir beispielsweise für das Smartphone eine elektronische Geldbörse entwickelt – eine sogenannte „Mobile Wallet“.
- ▶ Mit einer Variante dieser Software lässt sich mit mobilen Endgeräten am Automaten sogar Bargeld einzahlen. Das kann in die bereits erwähnte elektronische Geldbörse geladen oder daraus ausgezahlt werden. Diese Lösung ist besonders attraktiv für die stark wachsende Anzahl von Menschen, die zwar über ein Handy, nicht aber über ein eigenes Bankkonto verfügen. Dies ist in den meisten Schwellenländern bei der Mehrheit der Bevölkerung der Fall.
- ▶ Auch Handels- oder Gastronomie-Unternehmen bieten wir neue Möglichkeiten bei der Abwicklung bargeldloser Zahlungen. So haben wir ein Terminal entwickelt, das im Design an ein modernes Tablet erinnert. Es verfügt unter anderem über Kartenleser und einen Bondrucker. Alle Anwendungen auf dem Gerät sind Android-basiert, so dass einerseits Verbraucher daran einfach ihre Bezahl-Eingaben am Touch-Display

machen können wie sie das von ihrem Android-Smartphone gewohnt sind. Andererseits können Apps zur Warenwirtschaft auf dem Tablet genutzt werden. Die Besonderheit dieses Tablets ist darüber hinaus, dass sowohl für den Kunden als auch den Konsumenten die Sicherheit bei der Nutzung des Gerätes garantiert ist. Wir ermöglichen dieses durch unsere langjährige Expertise auf dem Gebiet der Freigabeverfahren, Zertifizierungen und Verschlüsselungstechniken, die gezielt bei diesem neuen Produkt zum Einsatz kommen.

- ▶ Für dieses neue Tablet, das wir zusammen mit einer großen australischen Bank entwickelt haben, gibt es einen eigenen elektronischen Marktplatz für Apps. Dieser Marktplatz ist offen für Entwickler, die weitere spezielle Apps programmieren. Wincor Nixdorf wird das Management übernehmen. Wir stellen dafür die Entwickler-Umgebung bereit und sichern die Qualität der Apps, damit sich unsere Kunden wirklich darauf verlassen können. Wir sorgen auch für die Verteilung der Apps auf die Bezahl-Tablets.

Meine Damen und Herren,

aus dem bis hierhin Geschilderten ist zweierlei deutlich geworden:

Wir haben in den zurückliegenden Monaten bereits viel erreicht – und es liegt noch eine ganze Reihe weiterer Aufgaben vor uns.

Das zurückliegende Geschäftsjahr ist nur eine weitere, wenn auch erfolgreiche Etappe auf dem Weg der Veränderung von Wincor Nixdorf gewesen. Der Wandel des Unternehmens geht weiter. All das erfordert von unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine große Bereitschaft zur Mitgestaltung und ein hohes Maß an Engagement. Dafür möchte ich mich im Namen des Vorstands an dieser Stelle ausdrücklich bei allen Beschäftigten von Wincor Nixdorf bedanken – und ich denke, das darf ich auch in Ihrem Namen, meine sehr geehrten Damen und Herren, tun.

Und damit bin ich beim Ausblick angelangt.

VII. Ausblick

Meine Damen und Herren,

eingangs meiner heutigen Ausführungen habe ich Ihnen dargestellt, dass Wincor Nixdorf sich mit dem

zurückliegenden Geschäftsjahr wieder auf dem Wachstumspfad zurückgemeldet hat.

Dann habe ich ihnen die wesentlichen Trends in unseren Märkten aufgezeigt und die Chancen beleuchtet, die sich dabei für unser Unternehmen bieten.

Und schließlich bin ich ausführlich darauf eingegangen, wie wir weiter an Wincor Nixdorf arbeiten. Ich habe erläutert, was wir verändern wollen, um das Unternehmen auf Kurs in Richtung Zukunft einzustellen. Dieser Veränderungsprozess wird sich fortsetzen. Im Grunde genommen kann und darf er nicht mehr zu einem Ende kommen. Um ein Bild der Langstreckenläufer aufzugreifen: Wincor Nixdorf hat einen Zwischenspurte eingeleitet durch das, was wir getan und eingeleitet haben. Wir haben aufgeschlossen zum Spitzenfeld. Nun gilt es, das rasante Tempo mit zu bestimmen und die eigene Position im Feld der Wettbewerber sukzessive auszubauen. Wir sind überzeugt, mental und konditionell richtig eingestellt zu sein.

Vor diesem Hintergrund sind wir zuversichtlich, unser Wachstum auch im laufenden Geschäftsjahr 2013/2014 fortzusetzen.

Diese Zuversicht wird auch nicht dadurch getrübt, dass wir das gerade beendete erste Quartal beim Umsatz mit einem Minus von 5 Prozent gegenüber dem Vergleichsquartal abgeschlossen haben. Denn das erste Quartal des letzten Geschäftsjahres war das stärkste Quartal, das wir je in der Geschichte von Wincor Nixdorf hatten. Vor dem Hintergrund unserer seinerzeit eingeleiteten Aktivitäten war es von Sondereffekten wie Restrukturierungsmaßnahmen oder Vertriebsoffensiven geprägt. Im gerade abgeschlossenen ersten Quartal hat sich daher ein deutlicher Basiseffekt bemerkbar gemacht. Dieser Effekt verstellt leider ein wenig den Blick darauf, dass gerade dieses Quartal das bislang zweitbeste Auftaktquartal unserer Geschichte war.

Besonders deutlich wird dies bei der Betrachtung des EBITA: trotz des um 5 Prozent geringeren Umsatzes konnten wir das operative Ergebnis um 5 Prozent erhöhen. Einmal mehr ein Beweis dafür, wie richtig wir mit den bisher angestoßenen Maßnahmen liegen.

Im Übrigen bin ich der festen Überzeugung, dass die Geschäftsentwicklung in den nächsten Quartalen des

laufenden Geschäftsjahres wieder auf weiteres Wachstum einschwenken wird. Diese prinzipielle Zuversicht basiert darauf, dass wir erneut vor allem in den Schwellenländern wachsen werden.

Dies gilt, auch wenn sich dort makroökonomisch möglicherweise eine abschwächende Dynamik zeigt. Gleichwohl sind die von mir aufgezeigten Basistrends unverändert stabil. Die gesamtwirtschaftlichen Wachstumsraten in den Schwellenländern erwartet der Internationale Währungsfonds weiterhin deutlich über denen der Industrieländer. Daran werden wir partizipieren und dabei von unserer bereits vollzogenen Neuausrichtung des Unternehmens profitieren. Aber, und darauf sei an dieser Stelle noch einmal verwiesen: Das Wachstum in den Schwellenländern ist mit einem gleichbleibendem Druck auf die Margen behaftet.

Unser traditionelles Geschäft in den Industrieländern, in dem sich im Gegensatz dazu höhere Margen erzielen lassen, ist unverändert noch nicht auf Vorkrisenniveau zurückgekehrt. Der IWF konstatiert hier zwar eine leichte Aufhellung der gesamtwirtschaftlichen Aussichten, aber für uns ist weiterhin keine signifikante Verbesserung der Geschäftsperspektiven erkennbar. Es gibt unverändert noch kein Anspringen der Investitionsbereitschaft bei Banken und Handelsunternehmen. Zumindest nicht in

der Form, als dass es sich in deutlichem Wachstum für uns vor allem in Europa niederschlagen könnte.

Mittlerweile sind wir aber immer besser darauf eingestellt, uns in dieser Situation zu behaupten. Unser anhaltendes Geschäftswachstum in den Schwellenländern wird erneut das weiterhin zurückhaltende Geschäft vor allem in Europa ausgleichen.

Insgesamt gehen wir für das laufende Geschäftsjahr 2013/2014 von einem Wachstum beim Umsatz um 4 Prozent aus. Beim EBITA werden wir überproportional zulegen. Wir erwarten 155 Millionen Euro gegenüber 132 Millionen Euro im Vorjahr. Das entspricht einer Steigerung um 17 Prozent.

Diese von uns avisierte deutliche Steigerung des Ergebnisses, meine Damen und Herren, dürfte sich angesichts unserer Dividendenpolitik auch in einer erneuten attraktiven Steigerung der Dividende je Aktie niederschlagen.

Mit diesem positiven Ausblick für Sie als Anteilseigerinnen und Anteilseigner von Wincor Nixdorf bin ich am Ende meines Berichts an die Hauptversammlung angelangt.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.