

Rede zur Hauptversammlung

Krones AG | Neutraubling, 17. Juni 2015



Christoph Klenk, Finanzvorstand
Volker Kronseder, Vorstandsvorsitzender

„Der Erfolg unserer Kunden ist unser Antrieb.“

Volker Kronseder:

Sehr geehrte Damen und Herren,

auch ich begrüße Sie recht herzlich auf der Hauptversammlung der Krones AG. Wir freuen uns sehr, dass Sie heute hierher gekommen sind und damit Ihr Interesse an Krones einmal mehr unterstreichen. 2014 war für uns alle ein erfolgreiches Jahr. Dies ist in aller erster Linie ein Resultat unserer strikten Kundenorientierung, aber natürlich auch der Verdienst aller Krones Mitarbeiter. Wie wir auf die speziellen Bedürfnisse und Herausforderungen unserer Kunden eingehen, können Sie auch in unserem Geschäftsbericht 2014 mit dem Titel: „Der Erfolg unserer Kunden ist unser Antrieb“ entnehmen.

Unser Finanzvorstand Christoph Klenk und ich informieren Sie heute über die wesentlichen Themen unseres Strategieprogramms „Value“, über die Finanzkennzahlen des Geschäftsjahres 2014 und des ersten Quartals 2015. Darüber hinaus stellen wir Ihnen unsere Ziele für das Gesamtjahr 2015 vor.

Neben dem Fokus auf die Kundenorientierung und unser Strategieprogramm „Value“ stand 2014 die Umsetzung der neuen Konzernorganisation im Vordergrund. Sie wird uns noch näher an den Kunden bringen und ermöglicht uns schnelle und schlanke Prozesse. Wir sind uns sicher, damit noch schlagkräftiger zu werden.

Als neuer Vorstandskollege wird Ralf Goldbrunner für den Bereich Anlagen und Komponenten ebenfalls einen wesentlichen Teil dazu beitragen, die Zukunft erfolgreich zu gestalten.

Markt für Verpackungsmaschinen profitiert von Megatrends

Beginnen möchte ich aber kurz mit den wichtigsten langfristigen Trends, die das Geschäft von Krones beeinflussen. Wir sind in einem attraktiven Markt unterwegs, der mittel- und langfristig stabil wachsen dürfte. Die Wachstumstreiber leiten sich aus verschiedenen Megatrends ab.

Solch ein Trend ist, dass in den Entwicklungs- und Schwellenländern immer mehr Menschen – Gott sei Dank – der Armut entkommen und in die Mittelschicht aufsteigen. Mit dem steigenden Einkommen nimmt auch die Nachfrage nach abgepackten Getränken und Lebensmitteln zu. Das kommt uns als Hersteller von Maschinen und Anlagen für die Getränkeindustrie natürlich zugute. Wie Sie auf dem Chart sehen, dürfte allein in der asiatisch/pazifischen Region die Bevölkerungszahl, die der Mittelschicht zuzuordnen ist, bis 2020 auf rund 1,7 Mrd. steigen. Weltweit betrachtet soll die Mittelschicht in diesem Zeitraum auf etwa 3,2 Mrd. Menschen anwachsen. Wir sind also gerade inmitten einer gigantischen Entwicklung, in der über 10 Jahre hinweg 1,4 Mrd. Menschen die Armutsgrenze in Richtung Mittelschicht verlassen.

In den Emerging Markets treibt die Urbanisierung, also der Zuzug der ländlichen Bevölkerung in die Städte, das Wachstum in unserem Markt zusätzlich an. Vor allem in Asien und Afrika strömen immer mehr Menschen in die Städte und passen sich dem dortigen Konsumverhalten an. Konkret heißt das, dass sie verstärkt zu abgepackten Getränken und Lebensmitteln greifen. Wie Sie auf dem Chart rechts sehen können, spiegelt sich das auch im hohen Umsatzanteil von Krones in den Emerging Markets wider. Wir erzielen rund 60 % des Konzernumsatzes in den Schwellen- und Entwicklungsländern.

Die Märkte für Liquid Food

Die Nachfrage nach abgepackten Getränken und Lebensmitteln steigt schon allein deshalb, weil sich die Weltbevölkerung vergrößert. Insgesamt leben derzeit rund 7,3 Mrd. Menschen auf der Erde, 2020 werden es voraussichtlich schon 7,7 Mrd. sein. All diese Menschen müssen essen und trinken. Für Krones sind das grundsätzlich günstige Voraussetzungen, wobei in den einzelnen Regionen der Welt teils recht unterschiedliche Marktbedingungen herrschen. Lassen Sie mich kurz die wesentlichen Trends und Wachstumschancen in unseren Absatzregionen erläutern.

Der Getränkekonsum wächst in Europa und Nordamerika bestenfalls leicht und hat keine Unterstützung durch das Bevölkerungswachstum. Zudem trifft Krones in Europa auf starke lokale Wettbewerber.

Das heißt aber nicht, dass es nicht auch in den reifen Industriestaaten Chancen für Krones gibt. Wir profitieren dort vom hohen Diversifizierungsgrad bei den

Verpackungen. Getränkehersteller bieten ihre Produkte in zunehmend unterschiedlichen Verpackungsarten- und -formen an, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Wir bieten hierfür die passenden Lösungen. Mit der Verpackungsstraße Varioline stelle ich Ihnen eine dieser Lösungen später genauer vor.

Jetzt will ich Ihnen aber gerne die Regionen erläutern, die für Krones besonders attraktiv sind und künftig das stärkste Wachstum versprechen. Dies sind hauptsächlich Afrika, der Mittlere Osten, Asien/Pazifik sowie China. Überall dort nimmt die Bevölkerungszahl bei gleichzeitig steigendem Wohlstand stark zu. Deshalb dürfte in diesen Regionen die Nachfrage nach abgepackten Getränken und Liquid Food deutlich kräftiger klettern als im Rest der Welt.

Das wissen natürlich auch unsere großen Konkurrenten. Darüber hinaus treffen wir vor allem in China auf starke lokale Wettbewerber. Krones hat aber seine Hausaufgaben gemacht und sich in den vergangenen Jahren in den Boomregionen sehr gut positioniert. Wir sind daher zuversichtlich, dass wir auch künftig vom kräftigen Wachstum in den Emerging Markets überdurchschnittlich profitieren und unterm Strich stärker wachsen als der Gesamtmarkt, der jährlich um 4 % zulegen dürfte. Nach diesem kurzen Makro-Überblick wären wir schon bei unseren aktuellen Zahlen angekommen, die Ihnen nun Christoph Klenk erläutert.

Christoph Klenk:

Sehr geehrte Damen und Herren, auch ich begrüße Sie ganz herzlich.

Geschäftsjahr 2014

Auftragseingang

Beginnen möchte ich mit dem Auftragseingang. Der Wert der Bestellungen stieg im Vergleich zum Vorjahr um 8,2 % auf 3,04 Mrd. Euro.

Den Trend in den einzelnen Regionen sehen Sie auf der rechten Seite des Charts. Insgesamt entwickelte sich die Nachfrage in den einzelnen Märkten wie von uns erwartet. Der rote Pfeil zu China soll keine grundsätzlichen Bedenken auslösen. Man darf nicht vergessen, von welchem Niveau wir hier kommen. Grundsätzlich ist China mittel- und langfristige eines der wichtigsten Länder für Krones, mit auch zukünftig hohem Potential.

Dies untermauern wir auch durch die Herstellung erster lokaler Produkte, wie z. B. für die Palettierung und Teile der Prozesstechnik.

Die insgesamt hohe Nachfrage 2014 bescherte uns auch ein komfortables Auftragspolster. Ende 2014 betrug der Auftragsbestand 1,08 Mrd. Euro.

Umsatz

Krones setzte sich zum Ziel, 2014 um 4 % zu wachsen. Dieses Ziel konnten wir übertreffen. Der Konzernumsatz legte im Vergleich zu 2013 um 4,9 % von 2,82 Mrd. Euro auf 2,95 Mrd. Euro zu. Damit sind wir nur knapp an der 3 Mrd. Euro-Marke vorbeigeschrammt.

Krones profitierte auch 2014 wieder vom umfangreichen Produkt- und Dienstleistungsangebot. Als Komplettanbieter kann Krones den Kunden alles aus einer Hand bieten. Dies zahlt sich ebenso aus wie die breite internationale Aufstellung des Unternehmens. Vor allem die vorher schon von Herrn Kronseder erwähnte starke Position auf den Emerging Markets stützte das Wachstum von Krones 2014.

Wie ein Blick auf das folgende Chart zeigt, ist der Umsatz von Krones insgesamt international gut ausgewogen.

Umsatz nach Regionen

Ein Drittel des Konzernumsatzes 2014 erwirtschaftete Krones in Europa. Dies war ein wenig mehr als im Vorjahr.

Stark zugelegt hat der Umsatz in Asien/Pazifik, was unter anderem auf einen Großauftrag in Japan zurückgeht. Insgesamt erzielte Krones im abgelaufenen Geschäftsjahr 18 % des Umsatzes in der Region Asien/Pazifik.

Nach deutlichen Umsatzverlusten im Vorjahr stabilisierte sich 2014 das Geschäft in China. Unterm Strich blieb der Umsatzanteil konstant bei 8,8 %.

Die Region Afrika/mittlerer Osten entwickelte sich unseren Planungen entsprechend. Die Schwankung im Geschäftsjahr 2014 entspricht den dort üblichen Investitionszyklen.

Stärkere Einbußen verzeichneten wir in Nord- und Mittelamerika. Ein Grund hierfür ist, dass die US-Getränkekonzerne nach wie vor stark in den Schwellenländern investieren und die heimischen Kapazitäten nur zögerlich modernisieren. Wir erwarten aber, dass sich das US-Geschäft wieder bessert.

Ein kurzer Blick noch auf die Region Russland/GUS. Die Geschäfte von Krones wurden 2014 von der Ukraine-Krise kaum beeinflusst und der Umsatz ging nur um gut 1 % zurück. Ich will aber nicht verschweigen, dass wir im laufenden Jahr mit kräftigeren Einbußen in der Region rechnen, die wir jedoch durch Zuwächse in anderen Märkten kompensieren können.

Ergebnisentwicklung

Soweit zur Entwicklung des Umsatzes. Kommen wir nun zum Krones-Ergebnis 2014.

Auf wettbewerbsintensiven Märkten, also ohne Rückenwind von den Preisen, konnte Krones 2014 die Ertragskraft weiter stärken. Das Ergebnis vor Steuern kletterte im Vergleich zum Vorjahr um 13,1 % von 169,7 Mio. Euro auf 191,8 Mio. Euro. Die EBT-Marge, also das Ergebnis vor Steuern im Verhältnis zum Umsatz, verbesserte sich von 6,0 auf 6,5 %. Damit haben wir unser Margenziel 2014 von „um die 6,2 %“ übertroffen. Zurückzuführen ist dies im Wesentlichen auf die Erfolge unseres Strategieprogramms „Value“. Der größte Aufwandsposten, der Materialaufwand, ist auch dank „Value“ 2014 weniger gestiegen als der Umsatz. Die Materialaufwandsquote verringerte sich deshalb leicht von 49,3 % im Vorjahr auf 49,2 %.

Trotz Tarifierhöhungen legte der Personalaufwand nur leicht überproportional zum Geschäftsvolumen zu. Die Personalaufwandsquote erhöhte sich 2014 von 29,0 % im Vorjahr auf 29,1 %.

Dass sich 2014 alle wichtigen Ergebniskennzahlen weiter verbesserten, sehen Sie auf diesem Chart. Wir sind insgesamt mit der Entwicklung in den vergangenen Jahren zufrieden. Auf den Erfolgen ausruhen werden wir uns natürlich nicht.

Segmente

Wie die einzelnen Unternehmenssegmente von Krones 2014 abgeschnitten haben, zeigen die nächsten Charts.

Beginnen möchte ich mit unserem Kerngeschäft **„Maschinen und Anlagen zur Produktabfüllung und –ausstattung“**, das sich 2014 sehr gut entwickelte.

Mit einem Umsatzanstieg von 7 % auf knapp 2,5 Mrd. Euro trug es wesentlich zum Unternehmenswachstum 2014 bei. Auch der Blick auf das Segmentergebnis bereitet

Freude. 2014 lag die Marge bei 7,7 %. Hier spiegeln sich Maßnahmen des „Value“-Programms wider. Wir haben Kosten eingespart, das wichtige LCS-Geschäft weiter regionalisiert und die modulare Produktion ausgeweitet.

Mittelfristig wollen wir im Kernsegment jährlich um 4 bis 6 % wachsen und eine EBT-Rendite von 8 % erzielen. 2014 lag die Marge bei 7,7 %.

Das zweitgrößte Segment von Krones sind **„Maschinen und Anlagen zur Getränkeproduktion und Prozesstechnik“**.

In diesem Segment ging der Umsatz 2014 zwar um 7,6 % auf 359 Mio. Euro zurück, doch das lag im Rahmen unserer Erwartungen. Man muss wissen, dass 2013 für die Prozesstechnik ein außergewöhnlich gutes Jahr war und darüber hinaus Projekte aus 2014 erst in diesem Jahr abgerechnet werden.

Entscheidend ist, dass wir in der Prozesstechnik 2014 schwarze Zahlen schreiben konnten. Das Ergebnis verbesserte sich von minus 2,5 Mio. Euro im Vorjahr auf plus 3,3 Mio. Euro. Zum Turnaround beigetragen haben der Ausbau des Komponentengeschäfts, die Stärkung des Produktportfolios außerhalb des Bierbereichs sowie regionale Strukturen bei der kompletten Abwicklung von Projekten.

Wir sind uns sicher: Die Prozesstechnik bietet Krones künftig großes Wachstumspotential, doch wir müssen noch einiges dafür tun, damit wir unsere mittelfristige Ziel-Rendite von 4 % erreichen.

Viel bewegt hat sich 2014 in unserem kleinsten Segment, also **„Maschinen und Anlagen für den unteren Leistungsbereich“**.

Alle, die Krones schon länger verfolgen, wissen, dass das kleinste Segment in den vergangenen Jahren immer wieder für Probleme, oder besser gesagt, für Verluste sorgte. Wir haben deshalb 2014 Kosme Italien restrukturiert. Kurz zur Erinnerung: Kosme produziert im österreichischen Sollenau sowie in Roverbella in Italien. Von den Restrukturierungsmaßnahmen war ausschließlich der Standort Roverbella betroffen. Was haben wir nun dort konkret unternommen? In der Produktion wird sich Kosme Italien künftig auf die Abfüll- und Etikettier-technik konzentrieren. Die Produktion der Pack- und Palettier-technik wurde eingestellt. Solche Produkte kauft Kosme künftig von Dritten zu, um weiterhin komplette Linien anbieten zu können.

Eine Botschaft ist uns noch sehr wichtig: Wir werden an dem italienischen Standort festhalten und in den Kompetenzbereich Abfüll- und Etikettier-technik weiter investieren.

Für die Restrukturierung, bei der wir uns auch von mehr als 100 Mitarbeitern in Italien trennen mussten, stellten wir 2014 etwa fünf Mio. Euro zurück. Deshalb schrieb das Segment mit minus 4,6 Mio. Euro rote Zahlen. Operativ hingegen erreichten wir wie geplant den Break Even.

Für 2015 haben wir uns mehr vorgenommen. Kosme soll eine EBT-Rendite von 4 % erwirtschaften, vielleicht schaffen wir auch schon die mittelfristige Zielmarke von 5 %.

Nach dem Überblick über unsere drei Segmente stelle ich Ihnen weitere wichtige Konzernzahlen für 2014 vor.

Working Capital und ROCE

Während wir bei fast allen wesentlichen Kennzahlen unsere Ziele erreicht bzw. überschritten haben, sind wir beim Working Capital nicht ganz da gelandet, wo wir hin wollten. Die Kennzahl Working Capital in Relation zum Umsatz stieg leicht an. Dies ist auf das starke Wachstum und die gestiegene Komplexität unserer Aufträge zurückzuführen, wodurch im Wesentlichen die Forderungsquote beeinflusst wurde. Wir werden dies weiter fokussiert bearbeiten.

Leicht verringert hat sich der Return on Capital Employed (ROCE), also das EBIT im Verhältnis zum durchschnittlich gebundenen Nettokapital. Mit 16,4 % haben wir unser Ziel für 2014 jedoch erreicht.

Bilanz

Zu den folgenden Kennzahlen will ich mich kurz fassen. Nur soviel: Unsere Bilanz ist wie gewohnt sehr solide. Wir sind frei von Finanzschulden und hatten zum 31. Dezember 2014 flüssige Mittel in Höhe von 336 Mio. Euro. Die Eigenkapitalquote lag bei 40,7 %.

Abschreibungen und Investitionen

Die Investitionen haben sich 2014 wie geplant auf rund 95 Mio. Euro reduziert. Während wir 2013 noch das 1,3-Fache der Abschreibungen investierten, lagen die Investitionen 2014 auf Höhe der Abschreibungen. Dies wirkte sich auch positiv auf den Free Cash Flow aus.

Kapitalflussrechnung

Insgesamt verbesserte Krones den Free Cash Flow um 85 Mio. Euro auf 152 Mio. Euro. Neben der sehr hohen Ausschüttung an die Aktionäre 2014 von insgesamt 63 Mio. Euro reichte der Free Cash Flow aus, um die liquiden Mittel im Vergleich zum Vorjahr um 96,5 Mio. Euro zu erhöhen. Somit verfügt Krones über eine sehr solide Kapitalausstattung.

Sicher können sich unsere Resultate sehen lassen, trotzdem bleiben wir selbstkritisch und setzen zielgerichtet und konzentriert die weiteren Maßnahmen unseres Strategieprogramms „Value“ um. Insgesamt hat Krones aber ordentlich gewirtschaftet und seinen Erfolgskurs weiter fortgesetzt. Davon sollen natürlich auch Sie, meine Damen und Herren, als Aktionärinnen und Aktionäre der Gesellschaft profitieren.

Dividende

Deshalb möchte ich jetzt zur Dividende kommen. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen Ihnen heute vor, dass Krones für das Geschäftsjahr 2014 eine Dividende je Aktie von 1,25 Euro ausschüttet. Bei einem Ergebnis je Aktie von 4,30 Euro entspricht eine Dividende von 1,25 Euro, 29 % des Konzernergebnisses. Gegenüber der „Regeldividende“ des Vorjahrs ist dies eine Steigerung um 25 %. Zur Erinnerung: Vergangenes Jahr zahlte Krones zusätzlich zur „normalen“ Dividende von einem Euro einen „Bonus“ von einem weiteren Euro, mit dem wir Sie, unsere Aktionärinnen und Aktionäre am Erlös aus dem Verkauf der eigenen Aktien beteiligten.

Aktienkurs und MDAX Positionierung

Auch unser Aktienkurs spiegelt die erfolgreiche Entwicklung von Krones wider. Im Geschäftsjahr 2014 steigerte sich der Wert unserer Aktie um 29,4 % auf 80,76 €. Im Vergleich hierzu verzeichnete der MDAX nur ein Plus von 2,2 %.

Die sehr positive Entwicklung der Krones Aktie setzte sich im ersten Quartal 2015 fort. So konnte unser Papier in den ersten drei Monaten um ca. 20 % zulegen und schloss Ende März mit 96,93 Euro. Dies entspricht der allgemeinen Marktentwicklung da der MDAX in ähnlicher Höhe zugelegt hatte. Anfang April notierte die Aktie dann über 100 Euro. Leider haben die Entwicklungen in Europa zuletzt die allgemeine Börsenstimmung

eingetrübt. Der gestrige Schlusskurs der Krones-Aktie lag bei 94,50 Euro.

Die sehr positive Entwicklung der Aktie gegenüber dem MDAX findet sich auch in dem MDAX Ranking wieder. Zu Beginn des Jahres 2014 belegte Krones mit einer Marktkapitalisierung des Freefloats von ca. 960 Mio. Euro den 46. Platz.

Bei dem aktuellen Ranking sind wir mit einer Marktkapitalisierung des Freefloat in Höhe von 1,5 Mrd. Euro auf einen sehr guten 34. Platz gelangt.

Mitarbeiterentwicklung

Jetzt komme ich zum Wichtigsten, um den Erfolg des Geschäftsjahres zu realisieren: Unsere Mitarbeiter.

Unsere Mannschaft ist 2014 um 339 auf insgesamt 12.624 Mitarbeiter angewachsen. In Deutschland beschäftigte Krones Ende des Berichtszeitraums 9.344 Mitarbeiter, im Ausland 3.280. Damit beträgt der Anteil der im Ausland beschäftigten Mitarbeiter 26 %.

1. Quartal 2015

Auftragseingang und Auftragsbestand

Die Nachfrage nach unseren Produkten und Dienstleistungen war im ersten Quartal 2015 erfreulich hoch. Mit 787,0 Mio. Euro übertraf der Auftragseingang den Vorjahreswert um 6,5 %. Am stärksten zogen die Bestellungen in den Regionen Mitteleuropa, Asien/Pazifik und Afrika an. Stabil entwickelte sich der Auftragseingang in Nordamerika und China. Die einzige Region, in der die Geschäfte nicht gut liefen, ist Russland/GUS. Dies hatten wir aber genau so erwartet. Grund für die schwache Nachfrage sind die Ukraine-Krise und die Russland-Sanktionen.

Umsatz

Weiter gewachsen ist auch der Umsatz von Krones im ersten Quartal. Von Januar bis März 2015 stieg der Konzernlös im Vergleich zum Vorjahr um 5,1 % auf 738,9 Mio. Euro. Überproportional verbesserte sich der Umsatz vor allem in den Regionen Mittlerer Osten/Afrika und Nord- und Mittelamerika. Insgesamt haben wir im ersten Quartal eine solide Basis geschaffen, um das Wachstumsziel von 4 % für das Gesamtjahr zu erreichen.

Ergebnis

Wir wollen aber nicht nur den Umsatz erhöhen, sondern profitabel wachsen. Dies ist uns in den ersten drei Monaten gut gelungen. Wir konnten die Ertragskraft weiter steigern und eine für das Jahresanfangsquartal sehr gute Marge erwirtschaften. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) stieg um 16,5 % auf 50,2 Mio. Euro an. Die EBT-Marge legte von 6,1 % auf 6,8 % zu. Ausschlaggebend hierfür waren Maßnahmen des Strategieprogramms „Value“, mit denen wir die Effizienz des Unternehmens verbessern. Von den Preisen gingen weiterhin keine positiven Effekte aus.

Das Konzernergebnis, also das Ergebnis nach Steuern stieg um 17,1 % auf 35,0 Mio. Euro.

Segmente

Zum Abschluss noch ein kurzer Blick auf die einzelnen Segmente. Im Großen und Ganzen haben sich Quartalsumsatz und -ergebnis in allen drei Unternehmenssegmenten wie geplant entwickelt.

Kräftig gewachsen ist das Kernsegment „Maschinen und Anlagen zur Produktabfüllung und –ausstattung“ im ersten Quartal 2015. Um 12,8 % auf 647,1 Mio. Euro zog der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr an. Zu berücksichtigen ist dabei, dass die Erlöse des Segments im ersten Quartal 2014 auf relativ niedrigem Niveau lagen. Die hohe Steigerungsrate darf daher nicht auf das Gesamtjahr hochgerechnet werden. Wir erwarten, dass der Segmentumsatz 2015 um 4 % zulegt. Ebenfalls gut entwickelte sich die Ertragskraft im Kernsegment. Das Ergebnis vor Steuern verbesserte sich um 16,2 % auf 48,1 Mio. Euro. Damit kletterte die EBT-Marge von 7,2 % auf 7,4 %.

Wegen langer Projektlaufzeiten im Anlagenbau schwankt der Umsatz im Segment »Maschinen und Anlagen zur Getränkeproduktion/Prozesstechnik« abrechnungsbedingt stark. Aus diesem Grund verringerte sich der Segmentumsatz im ersten Quartal 2015 im Vergleich zum Vorjahr um 33,2 % auf 68,9 Mio. Euro. Für das Gesamtjahr rechnet Krones in der »Prozesstechnik« unverändert mit 7 % Wachstum. Trotz des deutlich gesunkenen Umsatzes blieb das Segment in den ersten drei Monaten 2015 in der Gewinnzone. Das Ergebnis vor Steuern lag mit 1,1 Mio. Euro jedoch unter dem Vorjahreswert von 1,8 Mio. Euro. Die EBT-Marge verringerte sich nur leicht von 1,7 % auf 1,6 %.

Der Umsatz unseres kleinsten Segmentes »Maschinen und Anlagen für den unteren Leistungsbereich« ging im ersten Quartal im Vergleich zum Vorjahr um 12,3 % auf 22,9 Mio. Euro zurück. Grund hierfür ist hauptsächlich, dass wir 2014 die Produktion von Pack- und Palettieranlagen in Roverbella einstellten. Die Restrukturierung von Kosme Italien wirkte sich positiv auf das Ergebnis aus. Das Ergebnis vor Steuern verbesserte sich von minus 0,1 Mio. Euro im Vorjahr auf plus 1,0 Mio. Euro im ersten Quartal 2015. Damit betrug die EBT-Marge des Segments 4,4 %. In ähnlicher Größenordnung soll sich die Marge auch im Gesamtjahr bewegen.

Diese positive Entwicklung des Segments wird auch durch die Akquisition der Gernep Gruppe im April 2015 unterstützt werden. Als internationaler Anbieter von Etikettiermaschinen im unteren und mittleren Leistungsbereich bietet Gernep kundenspezifische Lösungen. Neben der Getränkeindustrie sind insbesondere die Märkte Lebensmittel, Kosmetik und Pharma Schwerpunkte des Unternehmens. Damit verstärkt Krones seine Aktivitäten in diesen Marktsegmenten. Gernep ist ein profitables Unternehmen mit mehr als 10 Mio. Euro Umsatz und knapp 100 Mitarbeitern. Das Unternehmen wird auch in Zukunft eigenständig mit der bestehenden Führungs- und Vertriebsstruktur geführt.

Ausblick 2015

Nachdem wir von den Absatzpreisen im laufenden Jahr nur eine geringe Unterstützung erwarten, bleiben Kostensenkungen, neue Produkte und Dienstleistungen sowie weitere Qualitätsverbesserungen wichtige „Value“-Themen, um profitabel zu wachsen.

Auf Basis der derzeitigen gesamtwirtschaftlichen Aussichten erwarten wir für 2015 im Konzern ein Umsatzwachstum von 4 %. Die Ertragskraft des Unternehmens soll im laufenden Jahr erneut steigen. Wir prognostizieren, dass 2015 die EBT-Marge, auf 6,8 % zulegen wird. Damit kommen wir unserem Ziel von 7 %, das wir uns bei der Auflage des „Value“-Programms mittelfristig gesetzt haben, sehr nahe. Unsere dritte Zielgröße, den ROCE, wollen wir im laufenden Jahr auf 17 % steigern. Mittelfristig streben wir einen Wert von 20 % an. Nach den Zahlen würde ich Ihnen gerne zum Schluss nochmal einen Überblick über unsere strategische Positionierung geben.

Krones – strategische Positionierung

Als einziger Anbieter von Gesamtlösungen liefert Krones seinen Kunden komplette Getränkefabriken aus einer Hand. Eine Produktionslinie zur Herstellung, Abfüllung und Verpackung sowie Lagerung von Getränken besteht aus vielen innovativen Einzelmaschinen und Anlagen. Maßgeschneiderte Logistik- und IT-Lösungen steuern und dokumentieren alle Abläufe innerhalb der Getränkefabrik. Um die Kundenanforderungen exakt und effizient umzusetzen, ist ein hohes Verständnis bezüglich des Material- und Datenflusses von entscheidender Bedeutung.

Industrie 4.0 – Chancen für Krones

Womit wir bei dem großen Thema Industrie 4.0 sind. Unter dem Oberbegriff Industrie 4.0 fasst man das Internet der Dinge, das Internet der Dienste und das Internet der Daten zusammen.

Industrie 4.0, also die Digitalisierung der produzierenden Industrie, birgt große Chancen, um die Herstellungs- und Wertschöpfungsprozesse in der Industrie weiter zu optimieren. Krones stellt sich bereits seit längerem dieser Herausforderung und arbeitet an vielen neuen Produktideen. Noch sind diese Produkte nicht serienreif, aber wir sehen Industrie 4.0 als großes Potential für unsere Kunden und Krones.

Krones – das große Bild

Mit diesem Chart will ich kurz auf „Das große Bild“ aus Sicht von Krones eingehen. Neben dem Ihnen bekannten „Value“-Programm ist das „House of Krones“ zentraler Punkt der Unternehmensstrategie, das sich aus der Kundenfabrik ableitet. Sie sehen neben unserer Prozesstechnik links und dem Kernsegment in der Mitte, auf der rechten Seite die Intralogistik, mit der wir unseren Kunden Materialfluss- und Lagersysteme anbieten. Seit 2015 haben wir alle Intralogistikaktivitäten in der neu gegründeten Syskron Holding GmbH gebündelt. Aber auf Syskron werde ich später noch genauer eingehen.

Extrem wichtig für Krones ist das Fundament, auf dem die drei Säulen stehen, nämlich unserem weltweiten Life Cycle Service. Oben sehen Sie IT und MES (Manufacturing Execution System), also unsere intelligenten Software-Lösungen, mit denen unsere Kunden ihre Anlagen effizient steuern und managen können.

Auf dem linken Schaubild sehen Sie, wie sich unsere Produkte und Services in die Kundenfabrik einbetten. Gemeinsam mit unserem Prozess- und Applikations-Knowhow sind wir in der Lage, Material- und Datenfluss zu steuern und zu dokumentieren. Das wiederum ist ein wichtiger Baustein für künftige Industrie 4.0-Anwendungen.

Tochter Syskron bietet Intralogistik an

In unserer neuen Tochtergesellschaft Syskron, mit Sitz in Wackersdorf, bündelt Krones das komplette Intralogistik-Geschäft. Syskron wird Unternehmen aus der Getränkeabfüll- und Verpackungsbranche weltweit ganzheitliche Lösungen für die Intralogistik anbieten. Dieser Bereich soll 2015 auf 80 Mitarbeiter aufgestockt und weiter ausgebaut werden.

Dass wir in der Intralogistik nicht nur intern, sondern auch durch Zukäufe wachsen wollen, zeigt der Kauf der Triacos Consulting & Engineering GmbH im Februar 2015. Mit dem Erwerb von Triacos baut Syskron seine Kompetenz in der Beratung und Implementierung von SAP-Lösungen mit dem Schwerpunkt in der Produktion und Intralogistik aus.

Sehr geehrte Damen und Herren, am Schluss meiner Ausführungen möchte ich noch ein paar Anmerkungen in eigener Sache machen.

Wie Sie ja von Herrn Baumann gehört haben, hat der Aufsichtsrat mich zum 01.01.2016 zum Vorstandsvorsitzenden und Nachfolger von Volker Kronseder bestellt.

Für dieses Vertrauen bedanke ich mich beim Aufsichtsrat ganz herzlich. Ebenso bedanke ich mich bei der Familie Kronseder für das Vertrauen.

Meine neue Aufgabe ist eine große Verantwortung mit vielen Aspekten, derer ich mir sehr bewusst bin und denen ich mich mit Freude stelle.

Dieser Wechsel im Vorstandsvorsitz ist einerseits eine große Veränderung für Krones, andererseits aber auch nicht. Denn, die mittel und langfristige Strategie ist gemeinsam im Vorstandsteam und Führungsteam erarbeitet und mit dem Aufsichtsrat abgestimmt. Das garantiert, dass wir strategisch Kurs halten.

Das stellen wir auch als Vorstandsteam sicher. Denn, Krones ist und bleibt eine Teamveranstaltung, egal ob im Vorstand, in der Führungsriege oder in der Mannschaft.

Seit über 20 Jahren bin ich selbst ein Teil dieses Teams und konnte in dieser Zeit das Unternehmen, seine Kunden, seine Mitarbeiter und seine Aktionäre aus völlig unterschiedlichen Funktionen und Blickwinkeln kennen lernen.

Eine gute Grundlage, wie ich glaube, um in der Zukunft gute Entscheidungen zu treffen und den Menschen in und um Krones mit großer Wertschätzung zu begegnen. Ich freue mich darauf!

Vielen Dank!

Nun darf ich an Herrn Kronseder zurückgeben

Volker Kronseder:

Innovationen

Die guten Zahlen, die sie gerade gehört haben, sind nur möglich, weil Krones seinen Kunden attraktive Produkte mit Mehrwert bietet. Wir sind seit jeher ein technologiegetriebenes Unternehmen und unsere Entwickler haben immer wieder pfiffige Ideen, die sehr oft in erfolgreichen Produkten münden. Zwei solcher Innovationen will ich Ihnen nun kurz vorstellen.

Beginnen möchte ich mit der Verpackungsstraße Varioline. Sie ist ein gutes Beispiel dafür, wie man eine bereits sehr gute Anlage noch besser machen kann. Erstmals vorgestellt haben wir die Varioline auf der drinktec 2009. Vergangenes Jahr erweiterten wir die Anlage um neue Funktionen.

Die Varioline erlaubt unseren Kunden alle möglichen Arten von Primär- und Sekundärverpackungen miteinander zu kombinieren. So können zum Beispiel Glasflaschen, PET-Behälter oder Dosen zu Sixpacks in Karton-Faltschachteln verpackt werden. Anschließend werden jeweils mehrere Sixpacks etwa in Kunststoffkästen oder Kartons verpackt – also zwei Verpackungen in einer. Dies geschieht schnell und völlig automatisch. Bis zu 52.000 Behälter können mit der Varioline pro Stunde verpackt werden. Da die Anlage modular aufgebaut ist, kann der Kunde die Verpackungsart frei wählen oder auch die Anlage modular erweitern. Die Varioline ist in Sachen Flexibilität also unübertrefflich. Weiterer Vorteil: Die Maschine ist sehr kompakt und braucht deutlich weniger Platz als vergleichbare Verpackungsmaschinen.

Nach der Varioline darf ich Ihnen nun ein besonderes technisches Highlight präsentieren, die einem

Paradigmenwechsel in der Etikettiertechnik führen könnte. Die Rede ist vom digitalen Direktdrucksystem DecoType.

Bei dem digitalen Druckverfahren wird eine speziell dafür entwickelte Tinte in hoher Geschwindigkeit auf Behälter aufgebracht. Etiketten aus Papier oder Folie sind bei diesem Verfahren völlig überflüssig. Mit der DecoType von Krones können Behälter aus Kunststoff, und künftig auch aus Glas, direkt bedruckt werden. Ein weiterer wesentlicher Vorteil des Verfahrens: Beim Direktdruck lässt sich das Druckbild blitzschnell ändern. Aufgrund der enormen Flexibilität können auch kleinste Chargen wirtschaftlich produziert werden. Im Prinzip ist jede einzelne Flasche individuell bedruckbar. Das System eignet sich daher auch besonders für kurzfristige Marketingaktionen und die Einführung neuer Produkte. Mit der DecoType lassen sich erstmals auch dreidimensionale, unebene Behälterstrukturen bedrucken. Geeignet ist die Technologie für ovale wie auch runde Behälter.

Aber wie so oft, sagen Bilder mehr als Worte. Deshalb hat unser Team einen kurzen Film vorbereitet, der die Funktionsweise der DekoType zeigt. In diesem Sinne: Film ab. Wir stehen mit dieser Zukunftstechnologie mit ihren gigantischen Möglichkeiten zwar erst am Anfang, aber eine Maschine ist bereits bei einem Kunden im Einsatz. Um das Verfahren noch schneller voranzutreiben und die möglichen Anwendungsgebiete und Leistungsbereiche weiter auszudehnen, hat sich Krones vergangenes Jahr mehrheitlich an der Till GmbH beteiligt. Till ist ein Technologieunternehmen aus Hessen, das Digitaldruck-Systeme für den Hochleistungsbetrieb in der Getränkeindustrie und anderen Branchen entwickelt.

Veränderungen im Vorstand ab 2016

Wie Herr Baumann und Herr Klenk bereits ausgeführt haben, werde ich meinen am 31.12.2015 endenden Vorstandsvertrag nicht verlängern. Ich halte mich damit an die internen Regelungen des Unternehmens, wonach Vorstandsverträge ab dem 60igsten Lebensjahr nicht verlängert werden und auslaufen.

Gerne möchte ich aber weiterhin Verantwortung übernehmen und Teil der erfolgreichen und motivierten Krones-Mannschaft bleiben, wie Herr Baumann bereits

ausgeführt hat. Meinen Mannschafts-Platz sehe ich daher ab 2016 im Aufsichtsrat.

Da die Zeiten immer stürmischer werden, ist die wichtigste langfristige Entscheidung der Familie das uneingeschränkte Engagement bei Krones. Dies wird einen wesentlichen Beitrag zur mittel- und langfristigen Umsetzung der Krones Strategie liefern.

Meinem Nachfolger Christoph Klenk wünsche ich natürlich schon jetzt Ruhe, Kraft und ein glückliches Händchen.

Dem Nachfolger von Herrn Klenk, dem neuen Finanzvorstand, wünsche ich einen erfolgreichen Start und Glück und Erfolg!

Die Weichen für eine weiterhin erfolgreiche Zukunft von Krones sind damit gestellt. Mit diesem Satz wollen wir die Präsentation beenden und freuen uns nun auf Ihre Fragen.

Soweit der Bericht

Vielen Dank,
damit zurück an Herrn Baumann