

Rede zur Hauptversammlung

OSRAM Licht AG | Internationales Congress Center München, 19. Februar 2019



Dr. Olaf Berlien

Vorsitzender des Vorstands
der OSRAM Licht AG

OSRAM

„Auf dem Weg zum Photonik-Unternehmen“

Sehr geehrte Aktionäre,
meine Damen und Herren,

Guten Morgen! Herzlich willkommen zur Hauptversammlung der Osram Licht AG! Ganz besonders begrüße ich auch die Zuschauer, die unsere Veranstaltung im Internet verfolgen.

Bei unserer letzten Hauptversammlung konnten wir hier auf ein außergewöhnlich erfolgreiches Jahr zurückblicken – ein Spitzenjahr. Seitdem hat sich die Welt verändert. Wichtige Märkte haben sich eingetrübt. Die Gesamtkonjunktur schwächelt. Das haben wir zu spüren bekommen. Und das hat unsere Aktie zu spüren bekommen.

Und ich möchte Ihnen gleich zu Beginn versichern: Auch ich bin mit dem Geschäftsjahr 2018 und dem Aktienkurs nicht zufrieden. Wir hatten uns ambitionierte Wachstumsziele für das Unternehmen gesetzt. Diese haben wir nicht erreicht. Und wir haben auch Fehler gemacht. Die Kritik an unserer

Prognosequalität ist berechtigt. Im Rekordjahr hatten wir alle Hände voll zu tun, die außergewöhnliche Nachfrage unserer Kunden zu bedienen. Unsere Auftragsbestände signalisierten weiteres Wachstum für 2018. In der Folge waren wir daher zu optimistisch in unserer Planung. Das tut uns und Ihnen heute weh. Und das schmerzt mich persönlich. Und das schmerzt meine Vorstandskollegen. Wir bedauern das.

Seien Sie aber auch versichert: Die gesamte Osram-Mannschaft hat 2018 gekämpft. Mit großem Engagement und Leidenschaft. Gegen die Widrigkeiten der Märkte. Und für ein besseres Ergebnis. Ebenso möchte ich zu Beginn betonen: Die aktuellen Unsicherheiten in den Märkten, die sich in unserem Aktienkurs widerspiegeln, dürfen den Blick nicht verstellen: Osram und seine langfristige Strategie sind intakt.

Wir konzentrieren uns auf die richtigen Trends und attraktive Märkte. Und wir haben eine klare Strategie für die digitale Zukunft. Kurzfristig mögen sich die Märkte schwächer entwickeln. Langfristig werden wir von den globalen Megat-

rends wie Digitalisierung, Urbanisierung und Vernetzung profitieren.

In allen Geschäftsbereichen arbeiten wir daher mit großem Engagement daran, die Grundlage für künftige Erfolge zu schaffen. Wie wir das tun, möchte ich Ihnen heute in meiner Rede darlegen.

Osram behauptet sich trotz Gegenwinds im Geschäftsjahr 2018

Lassen Sie mich davor einen Blick auf das abgelaufene Geschäftsjahr werfen. 2018 war ein Transformationsjahr. In dem wir unser Profil weiter geschärft haben. Und wichtige Schritte auf dem Weg zu einem Photonik-Unternehmen gemacht haben. Was wir mit Photonik genau meinen, werde ich Ihnen gleich näher aufzeigen.

Blicken wir aber zunächst auf die Geschäftszahlen für 2018. Trotz des herausfordernden Umfelds konnte sich Osram im vergangenen Geschäftsjahr insgesamt gut behaupten.

- Wir haben den Umsatz – auf vergleichbarer Basis - auf 4,1 Milliarden Euro gesteigert. Mit neuen, LED-basierten Produkten wuchsen wir dabei um rund 8 Prozent. Während wir bei unseren traditionellen Produkten schrumpften. Dies erklärt das moderate Wachstum von zwei Prozent.
- Das operative Ergebnis summierte sich auf 605 Millionen Euro. Wechsel-kurseffekte von mehr als 80 Millionen Euro belasteten das Ergebnis. Ohne diese hätten wir rund 690 Millionen Euro erreicht. Und damit das Niveau des Vorjahres.
- Die operative Rendite blieb auch so auf einem guten Niveau von annähernd 15 Prozent.

Damit präsentierte sich Osram im Jahr 2018 bei allen Widerigkeiten als ein gesundes Unternehmen:

- Mit soliden Zahlen.
- Einem beeindruckenden Patentportfolio mit über 17.000 Schutzrechten
- Einer Forschungs- und Entwicklungsquote von 10 Prozent vom Umsatz.
- Und – am wichtigsten – mit rund 27.000 engagierten Mitarbeitern.

Für ihren vorbildlichen Einsatz möchte ich mich an dieser Stelle bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ganz herzlich bedanken!

Aktuelle Marktunsicherheiten erschweren Prognosen

2018 war ein Jahr mit viel Gegenwind. Aus vielen Gründen. Handelskonflikte rund um den Globus belasteten die Weltwirtschaft. Und besonders unsere Kunden in der Automobilindustrie. Zum Beispiel der Handelskonflikt zwischen China und den USA. Oder zwischen China und Südkorea. Hinzu kam das neue Abgas-Prüfverfahren WLTP. Dieses führte zu einem Produktionsstopp bei einigen Modellen in Europa.

Wie wir auch, korrigierten namhafte Automobilhersteller und zahlreiche Zulieferer im Verlauf des Jahres ihre Prognosen. Teilweise sogar mehrfach. Wie die FAZ in ihrer gestrigen Ausgabe berichtete, senkten laut einer Studie 75 Prozent der börsennotierten Autoherstellern und –zulieferer im vergangenen Jahr ihre Prognosen. Diese Abkühlung hatten wir bereits im Frühjahr 2018 gespürt. Als einer der ersten. Für uns war und ist das eine echte Belastung. Denn wir machen rund 50 Prozent unseres Konzernumsatzes im Automobilssektor. Gemeinsam mit ungünstigen Wechselkursen im ersten Halbjahr führte das im April dazu, dass wir unsere Prognose korrigieren mussten.

Politische und konjunkturelle Risiken trübten in der Folge die Marktdynamik weiter. Hinzu kamen Projektverschiebungen unserer Kunden. Das führte zu einer erneuten Anpassung unserer Jahresziele. Und zu einer entsprechenden Reaktion am Kapitalmarkt.

Wir waren aber nicht die einzigen, die im vergangenen Jahr unter stark sinkenden Wachstumserwartungen und Aktienkursen zu leiden hatten. Betrachtet man die Kursverläufe anderer Unternehmen aus der Automobilzuliefer- und Halbleiterindustrie waren Verluste von 40, 50 oder 60 Prozent keine Seltenheit.

Bevor ich zum Ausblick komme, möchte ich aus gegebenem Anlass noch auf die Berichte der letzten Tage zu einer möglichen Übernahme von Osram eingehen. Wir haben letzte Woche die Agenturmeldung bestätigt, dass Bain Capital und Carlyle einen gemeinsamen Erwerb von Osram erwägen.

Im Zuge dessen führen wir derzeit vertiefte Gespräche mit den Interessenten – unter strikter Beachtung unserer rechtlichen Pflichten. Wir werden den gesamten Prozess ergebnisoffen und im Sinne von Osram führen. Seien Sie versichert: Der Vorstand wird im Interesse seiner Aktionäre, Mitarbeiter und anderen Stakeholder handeln.

Es ist derzeit noch nicht abzusehen, ob es eine Investition von Bain und Carlyle geben wird. Daher haben wir letzte Woche in unserer Mitteilung betont, dass auch ein Scheitern der Gespräche möglich ist.

Eine weitere öffentliche Diskussion dieses Themas wäre für die Verhandlungsposition von Osram nachteilig. Bitte haben Sie daher Verständnis, dass wir uns heute nicht eingehender zu den laufenden Gesprächen äußern können. Wir werden unsere Aktionäre, den Kapitalmarkt und die Öffentlichkeit zum gegebenen Zeitpunkt über den weiteren Fortgang informieren.

Ausblick für 2019

Die Unsicherheiten in den Märkten halten auch 2019 an. Und erschweren damit exakte Prognosen. Marktforscher wie das IFO-Institut blicken so pessimistisch auf die nächsten Monate wie seit 2012 nicht mehr. Eine Belebung ist frühestens im zweiten Halbjahr zu erwarten.

Sorgen bereiten uns insbesondere die schwache Autonachfrage. Aber auch der Handelsstreit zwischen den USA und China. Allein in China sind die Autoverkäufe im letzten Quartal um rund 15 Prozent eingebrochen. Auch Apple und Samsung verzeichneten deutliche Umsatzeinbußen. Beide Branchen – Auto und Smartphone – sind sehr wichtige Absatzmärkte für uns. Hinzu kommen politische Risiken. Wie ein ungeordneter Brexit.

Marktschwäche prägt Osram im ersten Quartal

Im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahrs verzeichneten wir entsprechend einen Rückgang des Umsatzes binnen Jahresfrist von rund 15 Prozent. Auf 828 Millionen Euro. Auch hier hatten viele Halbleiterfirmen und Automobilzulieferer ähnliche Rückgänge zu verzeichnen. Das bereinigte operative Ergebnis lag bei 93 Millionen Euro – und damit unter Vorjahresniveau. Die Marktschwäche spiegelt sich in allen drei Geschäftseinheiten wider.

Der Vergleich mit dem ersten Quartal vor einem Jahr fällt dabei besonders erheblich aus. Denn es waren buchstäblich andere Zeiten. Die Konjunktur im Herbst 2017 brummte. Wir konnten die hohe Nachfrage nach unseren Autolicht-Chips seinerzeit nicht bedienen. Heute leiden wir dagegen unter der weltweit rückläufigen Autoproduktion.

Den aktuellen Marktunsicherheiten begegnen wir jedoch konsequent. Mit einem umfassenden Programm von Gegenmaßnahmen. Mit denen wir Kosten senken und den Umsatz

steigern. Mein Kollege Ingo Bank wird Ihnen das Programm und dessen Fortschritte nachfolgend detaillierter vorstellen.

Osram – ein gesundes Unternehmen

Die aktuellen Unsicherheiten dürfen den Blick nicht verstellen: Dieses Unternehmen ist im Kern gesund. Es setzt auf die richtigen Technologien und Märkte. Und es verfügt über eine solide finanzielle Basis.

- Unsere Eigenkapitalquote beträgt sehr solide 56 Prozent.
- Die Pensionen sind weltweit ausfinanziert.
- Und wir haben keine nennenswerten Schulden.

Dies ist das Ergebnis richtiger Weichenstellungen. 2015 standen wir vor strategischen Richtungsentscheidungen. Welche Optionen hatten wir damals? Eine Richtungsentscheidung war: Sollen wir uns zu einem Halbleiter-basierten Technologieunternehmen entwickeln? Oder zu einem reinen Leuchtenhersteller?

Hätten wir letzteren Weg eingeschlagen und einen großen Leuchtenproduzenten übernommen, stünden wir jetzt finanziell schlechter da. Denn die Renditen im Leuchtenmarkt sind seitdem regelrecht eingebrochen.

Die andere Richtungsentscheidung lautete: Bei LED in der profitablen Nische bleiben? Oder in den Massenmarkt gehen und Skaleneffekte nutzen? Zu glauben, man könne auf ewig in einer Nische überleben, ist eine Illusion. Die Liste damit gescheiterter Unternehmen ist lang. Denn Massenhersteller besetzen früher oder später jede Nische. Die asiatische Konkurrenz agiert in unserem Fall nicht anders. Der Weg zum Halbleiter-basierten Technologieunternehmen war daher folgerichtig. Dabei war uns von Anfang an klar: Es wird bei dem zyklischen Halbleitergeschäft auch Abschwünge geben. Die Frage war nur wann.

Fakt ist aber: Selbst in einem so schwierigen ersten Quartal, konnten wir immer noch eine EBITDA-Marge von 20 Prozent bei Opto erzielen. Das zeigt: Unsere Entscheidung war richtig.

Und so haben wir heute eine finanzielle Basis, auf der wir aufbauen, investieren und wachsen können. Und davon wollen wir Ihnen, unseren Aktionären, etwas zurückgeben. Deshalb haben wir im November ein Aktienrückkaufprogramm gestartet. Darüber hinaus schlägt der Vorstand wie im Vorjahr eine stabile Dividende von 1,11 € je Aktie vor. Wir setzen damit ein klares Signal von Kontinuität und Vertrauen.

Der Weg zum Photonik-Unternehmen

Osram wandelt sich weiter. Von einem Beleuchtungs- zu einem Hightech-Photonik-Unternehmen. Sie fragen sich vielleicht: Was bedeutet Photonik? Darauf möchte ich im Folgenden etwas näher eingehen. Denn die Antwort beinhaltet die strategische Weiterentwicklung unseres Unternehmens.

Im Wesentlichen bedeutet Photonik die Erzeugung, Übertragung und Erkennung von Licht. In der Vergangenheit haben wir mehr oder weniger nur den Erzeugungsteil und sichtbares Licht verwendet – zur Beleuchtung von Gebäuden oder Straßen. Also Licht „an“ und „aus“.

Mit sichtbarem und unsichtbarem LED-Licht können wir aber weit mehr als beleuchten. Wir können das gesamte Potenzial von Licht nutzen. Und damit neue Anwendungsgebiete erschließen:

- Wir können Infrarot- und Laserlicht etwa für Sensorik verwenden. Das ist die Grundlage für Autonomes Fahren. Oder für die Entsperrung von Mobilgeräten per Iris- oder Gesichtsscan.
- Mit unseren hochwertigen LED können wir visualisieren. Zum Beispiel in Virtual-Reality-Brillen. Wie Sie im Vorraum unserer Hauptversammlung sehen können. Denken Sie aber auch an Projektionen auf die Windschutzscheibe im Auto – so genannte Head-up-Displays.
- Und schließlich können wir Licht für das verwenden, was wir Behandlung nennen. Damit meinen wir unter anderem die optimale Beleuchtung von Pflanzen in modernen Indoor-Farmen.

Für Osram bedeutet dieser Wandel:

Erstens: Wir entwickeln uns von einem führenden Anbieter für Beleuchtung zu einem Hightech-Photonik-Unternehmen.

Zweitens: Wir wandeln uns vom Komponentenhersteller zum Anbieter von ganzen Systemen für unsere Kunden.

Drittens: Wir stoßen in neue Anwendungsfelder und Märkte vor. Mit neuen Wachstumschancen.

Wir ergänzen unsere starke Automobilbasis um Wachstumsmärkte wie Unterhaltungselektronik, industrielle Anwendungen und Gebäudeinfrastruktur. Dies wird uns helfen, weniger von einzelnen Branchen abhängig zu sein. Osram also wetterfester zu machen. Für raue Zeiten, wie wir sie derzeit erleben.

Wir haben den Trend zur Photonik frühzeitig erkannt. Daher haben wir bereits im Jahr 2015 begonnen, unsere Geschäfte grundlegend neu auszurichten: auf schnell wachsende Hightech-Märkte und nachhaltige Rendite.

Auf dem Weg zu einem Photonik-Unternehmen haben wir bereits einiges erreicht. Eine kleine Auswahl:

- Wir haben das Lampengeschäft ausgegliedert und eine Drei-Säulen-Struktur etabliert. Und sind dabei solide profitabel geblieben.
- Wir haben unsere weltweite Produktionskapazität für LED erweitert. Und unser Technologieportfolio durch gezielte Investitionen und Zukäufe verbreitert.
- Mit dem Start des Gemeinschaftsunternehmens mit Conti haben wir im Sommer zudem die Basis für intelligente Autolichtsysteme der Zukunft gelegt.

Jetzt geht es darum, die nächsten Schritte auf unserem Transformationspfad zu unternehmen. Darum, ein führendes Photonik-Unternehmen zu werden.

Fokussierung der Geschäfte

Dafür haben wir klare strategische Handlungsfelder definiert. Da ist zunächst die organisatorische Anpassung und Fokussierung des Geschäfts. Grundsätzlich halten wir an unserer Struktur mit drei Geschäftseinheiten fest. Gleichzeitig schärfen wir aber deren Profile.

Unsere Einheit mit optischen Halbleitern, Opto Semiconductors, ist bereits klar fokussiert. Ihre LED bilden das technologische Rückgrat von Osram.

Hier müssen wir allerdings den Personalstand der aktuellen Marktsituation anpassen. Netto haben wir in den vergangenen drei Jahren in Deutschland aber Arbeitsplätze geschaffen.

Bei den anderen beiden Einheiten gibt es drei wesentliche organisatorische Änderungen. Erstens schaffen wir eine reine Geschäftseinheit „Automotive“. Die sich ausschließlich auf das wichtige Autogeschäft konzentriert. Ein Schwerpunkt der Einheit liegt auf intelligenten Autolichtsystemen der Zukunft. Ein anderer bleibt das sehr profitable Ersatzteil-Geschäft.

Zweitens geben wir, wie angekündigt, das Leuchtengeschäft ab. Und schärfen damit unser Profil weiter.

Und drittens bündeln wir unsere digitalen Aktivitäten und unser Software-Knowhow in einer neuen Geschäftseinheit, mit dem Namen „Digital“. Lassen Sie mich diesen Schritt näher erläutern. Wir sind davon überzeugt: Die Digitalisierung bietet hervorragende Möglichkeiten. Die neue Einheit bündelt daher entsprechende Aktivitäten und Software-Kompetenzen, die bislang über den Konzern verteilt waren.

Ein Pluspunkt der neuen Einheit ist die Kombination aus etabliertem und neuem Geschäft. Die starke Markt- und Vertriebsposition unseres traditionellen Elektronik-Geschäfts ist dabei der Steigbügel für unsere jungen Wachstumsaktivitäten. Und der Grund, warum wir daran festhalten.

Mit der Neuaufstellung haben wir die drei Geschäftseinheiten klar fokussiert. Alle Geschäfte haben eine Nummer 1 bis Nummer 3 Position in Ihren Märkten. Und sind damit für die Zukunft gerüstet.

Stärkung des digitalen Portfolios

Permanentes Portfoliomanagement ist der zweite Eckpfeiler unserer Strategie. Bereits in der Vergangenheit haben wir Geschäfte veräußert, die unseren Hightech- und Finanzzielen nicht gerecht wurden. Wie unser Lampengeschäft. Auch den im Frühjahr angekündigten Verkauf unseres Servicegeschäfts in den USA haben wir Mitte Januar unterzeichnet. Aktuell sind wir dabei, unser Leuchtengeschäft Siteco zu veräußern. Hier befinden wir uns inzwischen mit ausgewählten Interessenten in konkreten Gesprächen.

Gleichzeitig haben wir in Unternehmen investiert, die unser Anwendungsverständnis verbessert und unsere Wertschöpfung erhöht haben. Ich gebe Ihnen ein Beispiel: Moderne Landwirtschaft – oder auf Neu-Deutsch: Smart Farming. Darunter verstehen wir den Anbau von Pflanzen in großen Hallen unter digital gesteuertem LED-Licht.

Auf Komponentenebene, sprich bei den LED, sind wir hier bereits Marktführer. Mit dem Kauf des amerikanischen Biotechnik-Unternehmens Fluence haben wir modernste Leuchten für Pflanzenlicht hinzu erworben. Sowie Lichtrezepte für das Pflanzenwachstum. Das kanadische Startup Motorleaf, an dem wir uns beteiligt haben, hat die Lösungen, um dieses Pflanzenwachstum zu überwachen.

So bauen wir Schritt für Schritt unsere Kompetenzen aus. Mit dem Ziel, unseren Kunden 360-Grad-Lösungen für das optimale Pflanzenwachstum anzubieten. Eine sehr spannende Perspektive in einem Markt, der mit Raten von über dreißig Prozent pro Jahr wächst.

Klarer Umsetzungspfad für die Strategie

Damit komme ich zum dritten Pfeiler unserer Strategie: der Umsetzung. Um all diese Dinge möglich zu machen, haben wir einen klaren Umsetzungspfad für den Konzern definiert. Wir haben unterschiedlichste strategische Initiativen gestartet. Auf Konzernebene. Und in jedem Geschäftsbereich. Deren gemeinsame Ziele lauten: Wachstum und Kosteneffizienz.

So haben wir auch unser Sparprogramm nochmals verschärft. Wir reduzieren damit unsere Kosten in den kommenden 18 Monaten zwischen 160 und 180 Millionen Euro. Auf unserer Osram Management-Konferenz im Dezember haben wir die Mannschaft auf diese Ziele eingeschworen.

Soweit die Strategie. Diese wird sich in unserem Finanzprofil widerspiegeln. Als wir uns 2015 auf den Weg machten, betrug der Anteil des Lampengeschäfts 40 Prozent unseres Umsatzes. Und dieses Geschäft schrumpfte teils zweistellig. Mit der neuen Aufstellung liegt unser Zielkorridor beim Umsatzwachstum im mittleren bis hohen einstelligen Bereich. Und wir streben mittelfristig eine bereinigte EBITDA-Marge von mehr als 15 Prozent an.

Wo wird dieses Wachstum herkommen? Ein Wachstumsfeld ergibt sich aus unserem Systemansatz. Wie erwähnt, entwickeln wir uns vom Komponenten- hin zum Systemlieferanten. Und damit in neue Wertschöpfungsstufen.

Auf LED-Ebene bedeutet das: Wir ergänzen die LED um weitere Funktionalitäten wie Optiken, Detektoren und Schaltkreise. Ein Beispiel sind unsere Sensoren zur Überwachung der Vitalfunktionen. Wie sie etwa in Fitnessarmbändern zum Einsatz kommen. Sie besitzen neben der LED ein Gehäuse, eine Optik, und einen Empfänger. Sowie einen Schaltkreis für die Verarbeitung der empfangenen Signale.

Für den Bereich Autolampen heißt das: Wir kombinieren Lichtquelle und Elektronik. Unser Joint Venture mit Continental ist dafür ein gutes Beispiel. Es vereint unsere Premium-Lichtquellen mit deren Elektronikkompetenz.

Für unser Geschäft mit Steuerungen schließlich bedeutet das: Wir erweitern die Lichtinfrastruktur in Büro- und Industriebauwerken um Sensoren und Software. Und vernetzen sie mit dem Internet. Wir nennen das die digitale Decke. Vernetzte Beleuchtung ist dabei aber erst der Anfang. Der nächste, entscheidende Schritt ist die Erweiterung dieser digitalen Decke um Intelligenz. Intelligenz in Bezug auf die Daten, die unsere Systeme sammeln können. Und die unseren Kunden wertvolle Einblicke in ihre Prozesse geben.

Ich gebe Ihnen ein konkretes Beispiel: 2017 haben wir Digital Lumens erworben. Das Unternehmen aus Boston stattet seine Kunden mit LED-Leuchten, intelligenten Sensoren und Steuerungen aus. Diese digitale Decke refinanziert sich durch die damit verbundenen Energieeinsparungen. Darüber hinaus kann sie Daten über Vorgänge in den Produktionsstätten und Lagern liefern. Daten, die über die Beleuchtung hinausgehen.

So ermöglicht Digital Lumens etwa Kunden aus der Lebensmittelindustrie, flächendeckend die Temperatur und Luftfeuchtigkeit in ihrer Produktion zu messen. Und zu dokumentieren. Dies verbessert die Qualitätskontrolle. Und vereinfacht im Falle von Qualitätsproblemen im Handel den Nachweis der eigenen korrekten Prozesse.

Licht ist dazu der Schlüssel. Denn wir sind überall. In jedem einzelnen Raum. Wir haben eine perfekte Sicht: von der Decke. Und wir sind an das Stromnetz angebunden. Wir sind also da, wo viele Wettbewerber erst hinwollen.

In neue wachstumsstarke Märkte vorstoßen

Systeme sind das eine. Ein weiterer Wachstumstreiber sind die neuen Märkte, welche wir mit Photonik erschließen. Zwar wird in den kommenden Jahren Beleuchtung der größte Markt bleiben. Und er wird weiter wachsen. Hinzu kommen jedoch neue Anwendungsmärkte. Für Visualisierung, Sensorik und Behandlung. Mit hohen Wachstumsraten in den kommenden Jahren.

Nehmen wir den Automobilmarkt. Hier sehen wir trotz der momentanen Eintrübung mittelfristig erhebliches Wachstumspotenzial. Durch neue photonische Anwendungen. Mit denen wir unseren Produktanteil pro Auto erhöhen. So haben wir im Dezember Infrarot-LED für die biometrische Identifikation im Auto vorgestellt. Sie machen künftig den Autoschlüssel überflüssig. Denn das Auto der Zukunft erkennt seinen Fahrer per Iris Scan oder Gesichtserkennung.

Das ist nur ein Beispiel. Es zeigt, wie wir systematisch in Anwendungen jenseits der Beleuchtung vorstoßen. Im Auto. In smarten Gebäuden. Und in der Freizeit. Dazu haben wir 2018 unsere Ausrichtung auf Hightech weiter konsequent vorangetrieben.

Das Ergebnis sind faszinierende neue Technologien. Wie wir sie im Januar auf der Consumer Electronic Show in Las Vegas vorgestellt haben. Einen Einblick davon möchte ich Ihnen mit dem folgenden Film von der Messe geben.

Der Mission verpflichtet, das Leben zu verbessern

Der Film zeigt, wofür Osram schon heute steht: Für digitale Hightech-Lösungen. Welche zunehmend mit nicht-sichtbaren Licht arbeiten. Und mit denen wir für ein Mehr an Vernetzung, Sicherheit und Lebensqualität sorgen. Getreu unserer Mission: Das Leben der Menschen mit den unendlichen Möglichkeiten des Lichts zu verbessern.

Im vergangenen Jahr habe ich Ihnen hier ausführlich von dieser Mission berichtet. Sie ist und bleibt der Daseinszweck unseres Unternehmens. Der Kern unserer Marke. Und der Ansporn für unsere Mitarbeiter und mich.

Ein herausragender Beleg dafür ist die neue Beleuchtung des Petersdoms in Rom. Diese haben wir vor drei Wochen gemeinsam mit dem Vatikan eingeweiht. Modernste, digital gesteuerte LED-Technologie von Osram lässt Meisterwerke, welche 500 Jahre buchstäblich im Dunkeln lagen, in voller Schönheit erstrahlen. Gerade in den Seitenschiffen. Sie ermöglicht den Millionen von Besuchern damit ein nie dagewesenes Erlebnis.

Ich lade Sie ein, sich einen Eindruck davon im Vorraum zu machen. Unsere Mitarbeiter bieten ihnen dort gerne einen beeindruckenden virtuellen Rundgang durch den Petersdom an. Nebenbei können Sie dann auch unsere LED in der Virtual-Reality-Brille im Einsatz erleben.

Mit klarer Strategie in die digitale Zukunft

Meine Damen und Herren, ich fasse zusammen: Wir schreiben die Osram-Geschichte fort.

Wir wandeln uns weiter: Zu einem Hightech-Photonik-Unternehmen. Und zu einem wichtigen Partner in einer vernetzten Welt. Wir konzentrieren uns auf die richtigen Trends und attraktive Märkte. Und wir haben eine klare Strategie für die digitale Zukunft.

Wir sind damit ein wichtiger Schlüsselspieler, wenn es um die Digitalisierung am Wirtschaftsstandort Deutschland geht. Das behaupten im Übrigen nicht nur wir selbst: Im Rahmen der Handelsblatt-Initiative „Masterplan 2030“ wurde Osram jüngst als eines von zwölf Schlüsselunternehmen identifiziert. Um Pate zu stehen für die herausragenden Zukunftsthemen am Wirtschaftsstandort Deutschland. Als einziges M-Dax-Unternehmen.

Sie sehen also: Bei allen kurzfristigen Herausforderungen, denen wir mit aller Konsequenz begegnen. Unsere mittel-

und langfristigen Perspektiven sind intakt. Osram bleibt ein spannendes Unternehmen. In einer spannenden Zeit. Ich danke Ihnen für Ihr Vertrauen. Und freue mich, wenn Sie Osram auf seinem Weg in die digitale Zukunft weiterhin begleiten.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!