

Rede zur Hauptversammlung

NORMA Group SE | Frankfurt am Main, 2. Juni 2016



Werner Deggim

Vorsitzender des Vorstands
der NORMA Group SE



„Gelebte Diversifikation“

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

auch im Namen meiner Vorstandskollegen begrüße ich Sie hier in der Jahrhunderthalle und heiße Sie herzlich willkommen zur Hauptversammlung der NORMA Group.

**„2015 war aus unserer Sicht
ein erfolgreiches Jahr.“**

Es ist mir eine große Freude, Ihnen heute einen Rückblick auf das abgelaufene Geschäftsjahr und einen Ausblick in die Zukunft geben zu dürfen. 2015 war aus unserer Sicht ein erfolgreiches Jahr. Wir haben erneut Rekordwerte bei Umsatz und Ergebnis erzielt. Das Wachstum liegt zum einen in den Übernahmen der US-Unternehmen National Diversified Sales und Five Star im Jahr 2014 begründet. Aber auch in den angestammten Geschäftsfeldern konnte ein stabiles Wachstum bei einem sehr zufriedenstellenden Ergebnis erreicht werden. Überall im Unternehmen haben wir wichtige Weichen für die Zukunft gestellt. So wurden insbesondere in unserem Wassergeschäft die internen Prozesse an unsere übrigen Aktivitäten angepasst, und es

konnten erste Erfolge im Vertrieb erzielt werden. Diese Anstrengungen werden wir 2016 fortsetzen.

Angesichts der positiven Bilanz und bevor ich Ihnen weitere Details berichten werde, ist es mir ein besonderes Anliegen, mich bei den Menschen zu bedanken, die im vergangenen Jahr zum Erfolg der NORMA Group beigetragen haben. Ohne den Einsatz, die Kompetenz und den Teamgeist unserer 6.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wäre unsere gute Entwicklung nicht möglich gewesen. Herzlichen Dank!

**„Ohne den Einsatz, die Kompetenz und den
Teamgeist unserer 6.300 Mitarbeiterinnen und
Mitarbeiter wäre unsere gute Entwicklung
nicht möglich gewesen.“**

Meine Damen und Herren,

in diesem Jahr feiern wir das zehnjährige Jubiläum der NORMA Group. Sie entstand durch die Verschmelzung der Rasmussen GmbH aus Deutschland und dem ABA-Konzern aus Schweden. Beide Unternehmen waren in ihrer zum Teil über 100-jährigen Geschichte geprägt durch

ihren Ideenreichtum; damit einher geht ihr breites Angebot an innovativen Produkten in vielen verschiedenen Geschäftsfeldern. Somit sind sie Vorbilder für eine erfolgreiche Diversifikation.

Vor 120 Jahren ließ sich Knut Edwin Bergström eine Schlauchschelle patentieren und gründete das Unternehmen ABA Group. 22 Jahre später war seine Schelle für sämtliche Feuerwehrschräume in Schweden vorgeschrieben. Bergström entwickelte jedoch viel mehr. Er verbesserte die Handfeuerspritze und erfand die mechanische Feuerwehrleiter. Bergström diversifizierte sein Angebot also schon früh und feierte internationale Erfolge. So erhielt er 1901 auf der ersten Messe für Feuerwehrausrüstung in Berlin das Preußische Staatsdiplom.

Ähnlich erfolgreich war Ove Skaft Rasmussen. Er entwickelte für seine 1949 in Frankfurt am Main gegründete Rasmussen GmbH ebenfalls eine Schlauchschelle – unter dem Markennamen NORMA. Das Produkt war insbesondere durch die in den 1950er Jahren einsetzende Blüte der Automobilindustrie von Erfolg gekrönt. Die Wachstumsgeschichte der Rasmussen GmbH war daher eng mit der Kraftfahrzeugbranche verbunden.

„Wir sind im Maschinenbau ebenso zuhause wie in der Trinkwasser- und Bewässerungsindustrie, im Baugewerbe, in der Landwirtschaft, der Pharmazie und der Biotechnologie.“

Heute beliefert die NORMA Group Kunden in unterschiedlichen Branchen. Wir sind im Maschinenbau ebenso zuhause wie in der Trinkwasser- und Bewässerungsindustrie, im Baugewerbe, in der Landwirtschaft, der Pharmazie und der Biotechnologie.

Auch regional sind wir stark diversifiziert. Bei der Gründung der NORMA Group im Jahr 2006 war das Unternehmen vor allem auf Europa konzentriert. Erst danach richtete sich der Blick zunehmend auf andere Märkte. Dazu gehörten die USA und Lateinamerika. Ein erster Schritt war die Gründung einer Gesellschaft in Mexiko. Wir sind aber auch durch Zukäufe gewachsen. Seit unserem Börsengang im Jahr 2011 haben wir neun Unternehmen erworben und erfolgreich integriert.

Unsere Vielfalt zeigt sich auch an unseren unterschiedlichen Produkten und Lösungen im Bereich der hochentwickelten Verbindungstechnik. Dazu gehören Schlauchschellen und Kunststoff-Steckverbinder in Formel 1-Rennwagen sowie

Rohrkupplungen in der Queen Mary 2, einem der größten Passagierschiffe der Welt, aber auch Rohrverbinder im Moskauer Federation Tower, dem höchsten Wolkenkratzer Europas – um nur einige Beispiele zu nennen. Unsere Produkte finden sich in Schiffen, Kraftfahrzeugen, Zügen und Flugzeugen, in Haushaltsgeräten und Laboren, in Be- und Entwässerungsanlagen oder in der städtischen Infrastruktur.

„Wir sind global aktiv. Heute beliefert die NORMA Group mehr als 10.000 Kunden mit über 35.000 Lösungen aus 22 Werken auf vier Kontinenten.“

Wir sind global aktiv. Heute beliefert die NORMA Group mehr als 10.000 Kunden mit über 35.000 Lösungen aus 22 Werken auf vier Kontinenten. Bei uns arbeiten Menschen aus über 40 Nationen mit unterschiedlichen kulturellen und ethnischen Hintergründen. Mit Fug und Recht können wir also sagen: Die NORMA Group ist gelebte Diversifikation.

Mein Damen und Herren,

unsere Vielfalt in Branchen, Märkten und Produkten ist die Basis unseres Erfolgs. Doch Wachstum ist mindestens ebenso wichtig.

Für uns sind zwei Megatrends entscheidend: der globale Klimawandel und die Verknappung der Ressourcen. Hinzu kommen eine wachsende Bevölkerung und die Urbanisierung. Diese Trends haben weltweite Auswirkungen. Erstens steigen die Anforderungen an den Umweltschutz. Zweitens geht es darum, Energie zu sparen. Und drittens gilt es, natürliche Ressourcen zu schonen.

Eine davon ist Wasser. Es ist unser aller Lebenselixier. Es hält Ökosysteme zusammen und reguliert unser Klima. Wasser ist zudem eine Quelle des Wohlstands. Die Ressource ist kostbar – und sie ist gefährdet.

Rund 750 Millionen Menschen haben keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser. Ende des 21. Jahrhunderts könnten es nach aktuellen Prognosen schon zwei Milliarden sein. Das Weltwirtschaftsforum bezeichnet die Wasserkrise als eine der größten Gefahren des kommenden Jahrzehnts.

Viele Menschen sind von Wassermangel bedroht. Das gilt für Länder Afrikas, aber auch Teile Asiens und Lateinamerikas. Die USA sind ebenso betroffen. Ich hatte Ihnen auf

der Hauptversammlung im vergangenen Jahr die prekäre Lage in Kalifornien geschildert. Nach vier extrem trockenen Jahren ist die Situation noch immer angespannt. Es herrschen strikte Anordnungen zum Wassersparen. Erst vor kurzem haben die Behörden die Notstandsregelung bis Oktober 2016 verlängert.

Doch auch Europa spürt den Klimawandel. In einigen Regionen wird das Wasser knapp. Zudem ist Europa indirekt betroffen. Viele deutsche Unternehmen sind auf Produkte angewiesen, deren Herstellung große Wassermengen erfordert. Das gilt für Metalle aus Afrika wie für Baumwolle aus Indien. Die UNESCO hat ermittelt, dass über zwei Drittel der weltweiten Arbeitsplätze von Wasser abhängen.

Wenn der Bedarf an dieser knappen Ressource weiter steigt, führt dies in Zukunft zu ökologischen, wirtschaftlichen und sozialen Verwerfungen.

„Die Produkte der NORMA Group tragen zum nachhaltigen Umgang mit natürlichen Ressourcen bei.“

Gleichzeitig steigt das Umweltbewusstsein. Viele Länder haben Vorgaben beschlossen, um ihre Emissionen zu senken und Energie zu sparen. Sie sind dringend notwendig. Denn nur so haben wir eine Chance, dem Klimawandel zu begegnen.

Die Produkte der NORMA Group tragen zum nachhaltigen Umgang mit natürlichen Ressourcen bei. Unsere Verbindungslösungen helfen, Leckagen zu vermeiden und Gewicht zu reduzieren. Das spart Wasser und Energie.

Für unser Wachstum setzen wir auf vier strategische Prinzipien. Das sind Größe, Internationalität, starke Marken und Innovationskraft.

Größe umschreibt die zahlreichen Einsatzmöglichkeiten unserer Produkte und Technologien in unterschiedlichen Branchen. An unserem tschechischen Produktionsstandort Hustopeče haben wir 2015 unseren konzernweit ersten Reinraum zur Herstellung von Verbindungslösungen für die Biotech- und Pharmaindustrie in Betrieb genommen. Damit meint Größe auch Diversifikation. Unsere internationale Präsenz haben wir in der Vergangenheit kontinuierlich ausgebaut. Das jüngste Beispiel ist der Zukauf des Wasserspezialisten National Diversified Sales im Jahr 2014. Unsere Marken stehen für fundierte Technologien und hohe Qualität. Dabei spielen Innovationen eine wichtige Rolle.

Bei uns arbeiten 270 Spezialisten daran, unsere Technologien stetig zu verbessern. Im vergangenen Jahr haben wir mehr als 25 Millionen Euro in Forschung und Entwicklung investiert. Ende 2015 hielt die NORMA Group über 720 Patente und Gebrauchsmuster in mehr als 170 Produktfamilien. Neu hinzu kamen 74 Schutzrechte.

Zudem haben wir im vergangenen Jahr unsere Forschungsabteilung neu organisiert. Das Optimieren unserer internen Prozesse und Methoden sowie das Aufspüren innovativer Materialien und Einführen neuer Funktionen stehen nun noch stärker im Mittelpunkt. Mit dieser neuen Struktur verbessern wir unsere Innovationskraft. Und wir erhöhen unsere Effizienz. Daran sehen Sie: Wir haben die Zukunftsfähigkeit der Technologien der NORMA Group stets im Blick.

Ich möchte Ihnen einige Beispiele für Produktinnovationen aus dem Jahr 2015 nennen: Wir haben die Schnecken- gewindeschelle ABA Original SMO (Syrast Molybdenum) aus besonders korrosionsbeständigem SMO-Stahl entwickelt. Sie hält starken Umwelteinflüssen und extremen industriellen Anforderungen, wie Salzwasser oder Chemikalien, zuverlässig stand und kommt in Booten, Spezialfahrzeugen und industriellen Anlagen zum Einsatz. 2015 haben wir einen innovativen Metall-Steckverbinder mit 360°-Verriegelung auf den Markt gebracht, der besonders hohen Belastungen standhält. Der patentierte XM Quick Connector eignet sich für anspruchsvolle Anwendungen, wie beispielsweise Ladeluftrohre und Kühlsysteme in Personen- und Schwerlastfahrzeugen. Eine weitere Produktinnovation im letzten Jahr war der neue NORMAQUICK SSL-Steckverbinder für den Einsatz in Kraftstoff- und Urea-Systemen von Kraftfahrzeugen, Land- oder Baumaschinen.

„Dank unserer Innovationen steigt auch die Nachfrage nach unseren Produkten und Lösungen.“

Dank unserer Innovationen steigt auch die Nachfrage nach unseren Produkten und Lösungen. Das beweist eine Reihe von Großaufträgen.

So fertigen wir seit 2015 pro Jahr mehr als fünf Millionen Steckverbinder für Kühlwassersysteme für einen großen deutschen Automobilzulieferer. Dafür haben wir unsere Produktionskapazitäten in Maintal ausgebaut. Zudem haben wir einen Auftrag von einem chinesisch-europäischen Autohersteller erhalten. Wir produzieren für ihn bis

2026 jährlich mehr als vier Millionen Steckverbinder – und stattdessen damit rund 1,5 Millionen Fahrzeuge aus.

Ein chinesischer Konzern aus dem Bereich Erdöl und Petrochemie nutzt künftig unsere Rohrkupplungen in seinen Lager- und Produktionsanlagen. Und erst kürzlich haben wir bekannt gegeben, dass der gestern eröffnete Gotthard-Basistunnel mit unseren Rohrverbindern ausgestattet wurde. Es macht uns stolz, Teil des längsten Eisenbahntunnels der Welt zu sein.

„Die Wertschätzung unserer Kunden zeigt sich auch an unseren Auszeichnungen.“

Die Wertschätzung unserer Kunden zeigt sich auch an unseren Auszeichnungen. Sie sind externe Gütesiegel und ein großer Vertrauensbeweis.

General Motors hat uns erneut den Platinum Supplier-Status und den Supplier Quality Excellence Award verliehen. Diese Auszeichnungen gehen an Lieferanten, die mit Zuverlässigkeit, Kompetenz, Qualität und Service überzeugen. Dabei legt der US-Konzern strenge Kriterien an. Vier Standorte in den USA, China, Polen und Tschechien haben besonders mit ihren Leistungen überzeugt. Zum vierten Mal in Folge erhielten wir zudem den Fifty (50) PPM-Award des US-amerikanischen Fahrzeugherstellers PACCAR. In die Bewertung fließen Innovation, Gewährleistung und Lieferservice ein.

Meine Damen und Herren,

erlauben Sie mir nun einen Blick auf die Zahlen des abgelaufenen Geschäftsjahres.

Der Umsatz der NORMA Group stieg deutlich um 28 Prozent auf 889,6 Millionen Euro. Diese positive Entwicklung ging unter anderem auf den Zukauf von National Diversified Sales zurück. Insgesamt machten Akquisitionen 115,4 Millionen Euro und damit 16,6 Prozent des Umsatzwachstums aus. Daneben verzeichneten wir positive Währungseffekte von 7,7 Prozent. Organisch wuchs der Umsatz um 3,7 Prozent. Das ist mit Blick auf die schwierige Lage in Brasilien und Russland, aber auch auf einige Branchen in den USA ein sehr gutes Ergebnis. Hier zahlten sich unsere breit aufgestellten Geschäftsaktivitäten aus.

Das bereinigte EBITA stieg um 28,6 Prozent auf 156,3 Millionen Euro. Die bereinigte EBITA-Marge lag bei 17,6 Prozent und damit auf einem nachhaltig hohen Niveau.

Das bereinigte Ergebnis nach Steuern stieg im Vergleich zum Vorjahr deutlich um 24,2 Prozent auf 88,7 Millionen Euro. Das bereinigte Ergebnis je Aktie legte in gleichem Ausmaß auf 2 Euro 78 Cent zu.

Wie Sie wissen, streben wir eine Ausschüttungsquote von 30 bis 35 Prozent des bereinigten Konzernergebnisses an. Den Aktionären schlagen wir in diesem Jahr eine Erhöhung der Dividende von 75 auf 90 Cent je Aktie vor. Das entspricht einer Steigerung von 20 Prozent gegenüber dem Vorjahr und einer Ausschüttungsquote von rund 32 Prozent.

Ich möchte Ihnen im Folgenden die Umsätze in unseren Geschäftsbereichen und die wichtigsten Kennziffern unserer Bilanz erläutern.

Wir teilen unsere Umsätze nach zwei Vertriebswegen auf. Beide haben 2015 sehr gut abgeschnitten. Rund 61 Prozent erwirtschafteten wir im Bereich Engineered Joining Technology (EJT). Hier entwickeln wir Produkte speziell für den Bedarf der einzelnen Kunden. 2015 wuchs dieses Segment um 12,3 Prozent auf 540,3 Millionen Euro Umsatz. Organisch legten wir im EJT-Bereich vor allem in Asien zu. Amerika ließ nach einem guten Start nach, während die Region Europa, Mittlerer Osten und Afrika, genannt EMEA, im Jahresverlauf deutlich aufholte.

„Dank National Diversified Sales ist die NORMA Group zudem noch internationaler geworden.“

Unser zweiter Vertriebsweg Distribution Services vermarktet hochwertige, standardisierte Markenprodukte. Er macht rund 39 Prozent unserer Umsätze aus. Wir arbeiten hier weltweit mit Distributoren, Fachgroßhändlern oder Baumärkten zusammen. Im Jahr 2015 wuchs der Bereich um starke 62,7 Prozent auf 344,1 Millionen Euro. Das lag vor allem am Zukauf und der guten organischen Entwicklung von National Diversified Sales.

Dank National Diversified Sales ist die NORMA Group zudem noch internationaler geworden. 2015 fielen 78 Prozent der Umsätze außerhalb Deutschlands an. Das sind sechs Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.

Entsprechend hat sich die Umsatzverteilung in unseren drei Regionen verändert. Im Jahr 2015 entfielen 47 Prozent der Konzernumsätze auf Europa, den Mittleren Osten und Afrika, also auf EMEA. Insgesamt lag der Umsatz in der Region EMEA bei 416 Millionen Euro. Das ist ein soli-

des Plus von 5,5 Prozent. Während der Umsatz im ersten Quartal 2015 leicht sank, verzeichneten wir bis zum Jahresende ein gutes organisches Wachstum. Die Gründe waren die konjunkturelle Belebung und die positive Entwicklung in der Automobilindustrie.

In Amerika haben wir die Umsätze um 66,3 Prozent auf 395,3 Millionen Euro gesteigert. Dazu trugen die Zukäufe von National Diversified Sales und Five Star mit 115,4 Millionen Euro bei. Allerdings zeigte diese Region eine schwache gesamtwirtschaftliche Entwicklung. Vor allem die Nachfrage nach Nutzfahrzeugen und landwirtschaftlichen Maschinen ging zurück. Dagegen verlief das Schlussquartal insgesamt erfreulich. Der Anteil der Region Amerika am Konzernumsatz lag bei 44 Prozent.

In Asien-Pazifik wuchs der Umsatz sehr dynamisch um rund ein Viertel auf 78,2 Millionen Euro. Dies gelang trotz der schwächeren Entwicklung in China. Der Anteil der Region am Konzernumsatz betrug unverändert 9 Prozent beziehungsweise 13 Prozent, schließt man die Exporte der NORMA Group in die Region Asien-Pazifik ein.

„Die Aktie der NORMA Group hat sich 2015 besser als der Markt entwickelt.“

Unsere bilanzielle Ausstattung ist weiterhin sehr solide. Insbesondere aufgrund von Währungseffekten stieg die Bilanzsumme um 8,3 Prozent auf 1,2 Milliarden Euro. Das Eigenkapital lag zum Jahresende bei 429,8 Millionen Euro. Das bedeutet gegenüber Ende 2014 einen Zuwachs von 16,8 Prozent. Damit verbesserte sich die Eigenkapitalquote um fast drei Prozentpunkte auf 36,8 Prozent.

Die Nettoverschuldung ist um 3,3 Prozent auf 360,9 Millionen Euro gesunken.

Zudem ist der operative Netto-Cashflow deutlich auf 134,7 Millionen Euro angestiegen. Gründe dafür waren vor allem der klare Anstieg des bereinigten EBITDA sowie ein verbessertes Management unseres Working Capital.

Die Aktie der NORMA Group hat sich auch 2015 besser als der Markt entwickelt. Binnen Jahresfrist stieg der Kurs um 29 Prozent. Dagegen legten der MDAX um 22,7 Prozent und der Leitindex DAX um 9,6 Prozent zu. Im Jahr 2016 verhält sich die Aktie ähnlich volatil wie der gesamte Markt. Der gestrige Schlusskurs lag bei

44,54 Euro. Aktuell beträgt die Börsenkapitalisierung der NORMA Group rund 1,4 Milliarden Euro bei einem Streubesitz von 100 Prozent.

„Erfolg ist nicht nur eine Frage von Finanzkennzahlen. Nachhaltigkeit, Zukunftsfähigkeit und gesellschaftliche Verantwortung sind ebenso wichtig.“

Meine Damen und Herren,

Erfolg ist nicht nur eine Frage von Finanzkennzahlen. Nachhaltigkeit, Zukunftsfähigkeit und gesellschaftliche Verantwortung sind ebenso wichtig.

Dieser Verantwortung werden wir auch durch unsere Nachhaltigkeitsstrategie gerecht. Dabei halten wir uns an einen Katalog an Maßnahmen und Zielen. Es handelt sich um unsere Corporate Responsibility (CR) Roadmap 2018. Bei der Erstellung der Roadmap 2018 haben wir einen Stakeholder-Ansatz gewählt. Dazu haben wir im Juli 2015 35 externe Experten sowie NORMA-Verantwortliche zu einem Roundtable-Gespräch nach Frankfurt eingeladen. Im Mittelpunkt standen die kritische Überprüfung der Handlungsschwerpunkte unserer CR-Aktivitäten und die Entwicklung neuer Maßnahmen, mit denen wir uns als global tätiges Unternehmen für einen verantwortungsvollen Umgang mit Menschen und natürlichen Ressourcen einsetzen. Die Veranstaltung lieferte wertvolle Impulse für die Weiterentwicklung unserer CR-Strategie und für die Schärfung unseres Profils als verantwortungsbewusstes Unternehmen.

Die neue Roadmap dient uns nun als Handlungsrahmen, um unsere unternehmerische Verpflichtung fest in unserer Strategie zu verankern. Dabei geht es um fünf Bereiche: Verantwortungsvolles Handeln, Produktlösungen, Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft.

Zu unseren Initiativen im gesellschaftlichen Bereich gehört das Projekt NORMA Clean Water. Wir führen das Projekt gemeinsam mit dem Kinderhilfswerk Plan International an unserem Produktionsstandort Pune in Indien durch. Ziel ist es, die sanitären Anlagen an 50 indischen Schulen zu verbessern und das Wissen der Schüler über Hygiene und einen bewussten Umgang mit Wasser zu fördern.

Nach gut einem Jahr haben wir bereits an fast 20 Schulen für eine funktionierende Wasserversorgung und intakte Sanitäreanlagen gesorgt. Mit unserer Bildungsini-

tiative sind wir noch ein Stück weiter. An fast allen Projektschulen wurden Schülerclubs gegründet. Sie sollen das Bewusstsein für Hygiene und einen schonenden Umgang mit Wasser schärfen.

In unserem Film zu NORMA Clean Water beschreiben die wichtigsten Beteiligten, was das Projekt für die Mädchen und Jungen an den indischen Schulen bedeutet. Der Film wurde vor Beginn der Veranstaltung gezeigt und wird auch in der Mittagspause auf den Bildschirmen zu sehen sein.

Meine Damen und Herren,

die Produkte der NORMA Group mögen auf den ersten Blick unauffällig sein. Doch vor Ort entfalten sie eine große Wirkung. Das beabsichtigen wir auch in Indien. Wir wollen nicht nur die Kinder an ihren Schulen erreichen. Wir wollen sie zu Botschaftern in ihren Familien und in ihrem Umfeld machen – für einen bewussteren Umgang mit Wasser und seine Bedeutung für die Menschen weltweit.

„Bis 2018 wollen wir 9 Prozent weniger CO₂ ausstoßen und 6 Prozent weniger Wasser verbrauchen.“

Der Umweltschutz ist ebenso Teil unserer Roadmap. Nicht nur unsere Produkte helfen, Emissionen zu verringern und Ressourcen zu schonen. Auch in unseren Werken verfolgen wir dieses Ziel. Bis 2018 wollen wir 9 Prozent weniger CO₂ ausstoßen und 6 Prozent weniger Wasser verbrauchen. Ende 2016 sollen alle NORMA-Werke nach einer einheitlichen ISO-Umweltnorm zertifiziert sein. Wir sind schon heute auf einem sehr guten Weg und haben Ende 2015 bereits 21 Standorte erfolgreich überprüfen lassen. Dies belegen diverse Auszeichnungen.

Die Initiative Ökoprofit hat die NORMA Group 2015 für ihr Energiesparkonzept ausgezeichnet. Wenn unsere Maschinen in der Produktion stillstehen, wird die Versorgung mit Druckluft automatisch abgestellt. Dadurch sparen wir Strom und Kohlendioxid. Wir schonen also die Umwelt und gleichzeitig unseren Geldbeutel. Herausragende Leistungen in der Nachhaltigkeit bescheinigt uns auch der Gold-Status des Ratingunternehmens EcoVadis. Damit zählt die NORMA Group zu den besten fünf Prozent aller bewerteten Unternehmen.

Unser Engagement in Forschung und Bildung haben wir 2015 ausgebaut. Seit mehreren Jahren arbeiten wir

eng mit der Frankfurt School of Finance & Management zusammen. Im Herbst haben wir Philipp Sandner als Juniorprofessor für Produktionswirtschaft begrüßt. Die NORMA Group fördert die Professur zusammen mit dem Stifterverband der Deutschen Wissenschaft. Außerdem haben wir den Manufacturing Management Award an herausragende Studierende verliehen.

Im vergangenen Jahr haben wir den NORMA Help Day zum ersten Mal international gefeiert. Dabei bringen sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf der ganzen Welt in unterschiedliche soziale, bildungsfördernde oder Umwelt-Projekte ein. In Deutschland haben wir zum Beispiel einen Schulhof renoviert, gemeinsam mit behinderten Schülern Wände gestrichen oder einen Ausflug mit Senioren im Rollstuhl unternommen.

Bei der NORMA Group legen wir viel Wert auf ein Arbeitsumfeld, das den offenen Dialog und die Zusammenarbeit fördert. Auch im vergangenen Jahr haben wir deshalb den Diversity Day gefeiert. Unter dem Motto „Grenzenloses Miteinander“ diskutierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in 27 Ländern auf vier Kontinenten über Respekt und Chancengleichheit am Arbeitsplatz. Damit wollen wir das Bewusstsein für unterschiedliche Kulturen und Lebensweisen stärken.

Weitere Hintergründe zu unseren Aktivitäten im Bereich Corporate Responsibility finden Sie auf unserer Webseite und in unserem CR-Bericht 2015, der in Kürze veröffentlicht wird.

Meine Damen und Herren,

nach dem Blick in Vergangenheit und Gegenwart möchte ich nun nach vorne schauen. Dabei geht es sowohl um den gesamtwirtschaftlichen Rahmen als auch um unsere Prognose für das laufende Jahr.

„Die Belebung der weltweiten Konjunktur stimmt uns positiv. Denn damit verbessern sich die Perspektiven unserer wichtigsten Kundenindustrien.“

2016 soll die Weltwirtschaft um 3,2 Prozent wachsen. Dabei erwartet der Internationale Währungsfonds eine schrittweise Belebung der Märkte. Allerdings sollen vor allem die schwache Konjunktur in China und die steigenden Zinsen in den USA den Aufschwung belasten. Hinzu kommen nach wie vor ungelöste Konflikte im

Nahen Osten und in Nordafrika sowie die Flüchtlingskrise in Europa.

In den Industrieländern soll sich der Aufschwung festigen. Dort soll das Wachstum 2,1 Prozent betragen. Auch für den Euroraum sind die Experten optimistisch. Die Schwellen- und Entwicklungsländer werden voraussichtlich um 4,3 Prozent wachsen, aber die hohe Dynamik der Vergangenheit wohl nicht erreichen.

Die Belegung der weltweiten Konjunktur stimmt uns positiv. Denn damit verbessern sich die Perspektiven unserer wichtigsten Kundenindustrien.

Für die Automobilbranche zeichnet sich 2016 ein anhaltendes Wachstum ab. Der niedrige Ölpreis sowie die Erholung der Weltkonjunktur wirken sich hier positiv aus. Der Verband der Automobilindustrie VDA rechnet mit einem Zuwachs von 2 Prozent für alle PKWs weltweit. In den drei großen Märkten China, USA und Westeuropa erwartet er ein moderates Wachstum.

Der Maschinen- und Anlagenbau wird 2016 vermutlich um 1 Prozent zulegen. Vor allem in Asien sollen die Umsätze zum Teil robust ansteigen. Der Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau VDMA erwartet, dass die Umsätze der deutschen Maschinenbauer auf 220 Milliarden Euro ansteigen.

„Dank unserer breiten Aufstellung sehen wir uns bestens gerüstet, um auch in Zukunft von den Wachstumschancen in den verschiedenen Märkten und Regionen zu profitieren.“

In der europäischen Bauwirtschaft stehen die Zeichen auf Wachstum. Die Experten rechnen mit einer Wachstumsbeschleunigung in der europäischen Bauproduktion auf real 3 Prozent. In Deutschland soll deutlich mehr investiert werden. Einer der zentralen Treiber ist hier der Wohnungsbau.

Mit ihrer breiten Aufstellung wird die NORMA Group 2016 von unterschiedlichen Trends profitieren.

In der Region Asien-Pazifik rechnen wir wie im vergangenen Jahr mit einem organischen Wachstum im zweistelligen Bereich. Strengere Emissionsvorschriften für PKW und LKW werden die Nachfrage nach unseren Produkten ankurbeln.

Amerika hat mit der Übernahme von National Diversified Sales für uns an Bedeutung gewonnen. Hier gehen wir von einem soliden organischen Umsatzwachstum aus.

Gleiches gilt für die Region EMEA. Auch hier erwarten wir ein solides organisches Umsatzwachstum. Unsere Endmärkte sollten vom niedrigen Ölpreis und schwächeren Euro sowie von positiven Nachfrageeffekten aufgrund der neuen landesspezifischen Flottenregelungen für PKWs profitieren.

In unseren beiden Vertriebswegen Engineered Joining Technology und Distribution Services wollen wir jeweils zulegen. Dabei werden uns Cross-Selling-Effekte und Synergien bei Produktion, Logistik und Vertrieb zugutekommen.

„In das neue Geschäftsjahr sind wir solide gestartet.“

Zudem wollen wir die NORMA Group weiter diversifizieren. Dazu werden auch künftig Akquisitionen beisteuern. Wir halten die Augen offen nach Unternehmen, die entweder zur Konsolidierung beitragen oder uns neue, attraktive Märkte erschließen. Dank unserer breiten Aufstellung sehen wir uns bestens gerüstet, um auch in Zukunft von den Wachstumschancen in den verschiedenen Märkten und Regionen zu profitieren.

Insgesamt erwarten wir, dass der Konzernumsatz der NORMA Group organisch um rund 2 bis 5 Prozent gegenüber dem Vorjahr wachsen wird.

Dank einer stabilen Entwicklung der Kosten im Verhältnis zum Umsatz rechnen wir mit einer bereinigten EBITA-Marge auf dem Niveau der Vorjahre von über 17 Prozent.

Auch 2016 werden wir in Forschung und Entwicklung einen bedeutenden Betrag investieren – und damit in die Zukunft der NORMA Group. Wie im vergangenen Jahr wollen wir dafür rund 5 Prozent unseres Umsatzes im Bereich Engineered Joining Technology bereitstellen.

In das neue Geschäftsjahr sind wir solide gestartet. Wir haben unseren Umsatz im ersten Quartal 2016 gegenüber dem Vorjahresquartal um 2,3 Prozent auf 226,6 Millionen Euro ausgebaut. Organisch lag das Wachstum sogar leicht darüber. Der Anstieg ging vor allem auf die Bele-

bung der Konjunktur in Europa und speziell auf die positive Entwicklung der europäischen Automobilindustrie zurück. Auch in Asien-Pazifik schnitten wir besser als im Vorjahr ab. In Amerika setzte sich dagegen die Schwäche bei den Nutzfahrzeugen und den landwirtschaftlichen Maschinen fort. Das bereinigte EBITA der NORMA Group stieg im ersten Quartal 2016 um 2,2 Prozent auf 40,1 Millionen Euro. Damit haben wir die EBITA-Marge bei nachhaltig hohen 17,7 Prozent gehalten.

Meine Damen und Herren,

an das gute Abschneiden im Jahr 2015 wollen wir auch in unserem Jubiläumsjahr 2016, dem Jahr des 10-jährigen Bestehens der NORMA Group, anknüpfen. Über die Fortschritte werde ich Ihnen 2017 in gewohnter Art und Weise berichten.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.