

**Ansprache vor den Aktionärinnen und Aktionären der NORMA Group SE auf der ordentlichen virtuellen Hauptversammlung am 30. Juni 2020**

Es gilt das gesprochene Wort.

**Dr. Michael Schneider, Vorsitzender des Vorstands**

*Times are changing* – Zeiten ändern sich. So lautet der Titel unseres aktuellen Geschäftsberichts. Dies trifft auch auf unsere heutige Hauptversammlung zu. Bislang haben wir Sie immer persönlich empfangen. Dieses Jahr ist eine Präsenzveranstaltung aufgrund von Corona leider nicht möglich.

**Deshalb begrüße ich Sie, meine sehr geehrten Damen und Herren, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, herzlich zur ersten virtuellen Hauptversammlung in der Geschichte der NORMA Group.** Frau Schulte, Herr Doktor Klein und ich freuen uns, dass Sie zugeschaltet sind und uns bei dieser Premiere begleiten.

*Times are changing:* Veränderungen gab es letztes Jahr viele: im Markt, technologisch und nicht zuletzt auch personell. Seit Mitte November des vergangenen Jahres bin ich Vorstandsvorsitzender der NORMA Group, nachdem ich schon im August die Verantwortung interimweise übernommen hatte. Ich freue mich sehr über das in mich gesetzte Vertrauen. Es erfüllt mich mit Stolz, gemeinsam mit Friedrich Klein und der gesamten Mannschaft Ihr Unternehmen zu führen.

*Times are changing.* Was wir in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres aufgrund der Corona-Pandemie erlebt haben, lässt viele Veränderungen des vergangenen Geschäftsjahres verblassen. Nichts ist mehr so, wie es war. Und immer mehr wird zur Gewissheit: Nichts wird mehr so, wie es mal war. Zumindest nicht so schnell.

2019 wurde spürbar, was sich bereits in den Jahren zuvor am Horizont abzeichnete: Die Märkte, in denen wir tätig sind, befinden sich im Umbruch. Das gilt besonders für den Automobilmarkt. Auslöser ist die Wende bei den Antriebstechnologien. Diesel- und Benzinmotoren werden zwar immer sauberer, wie lange sie noch PKWs bewegen, ist hingegen ungewiss. Denn beim Blick auf die Modellpolitik der großen Automobilunternehmen wird deutlich: Die Zukunft fährt elektrisch – oder erst einmal hybrid.

Doch nicht nur technologische Umwälzungen, auch geopolitische Themen belasteten 2019 die weltweite Automobilindustrie – allen voran die Auswirkungen des Handelsstreits zwischen den USA und China. Im Ergebnis wurde deutlich weniger investiert – mit erheblichen Folgen auch für uns: Die Nachfrage wichtiger Kundengruppen ging spürbar zurück, und das Geschäft war anhaltend rückläufig. Davon waren wir ganzjährig in der Region EMEA und im ersten Halbjahr auch in Asien-Pazifik betroffen. Im letzten Quartal 2019 brach auch der Markt in den USA ein: Dort legten Streiks die Fertigung bei einigen wichtigen Kunden lahm. Außerdem ging das Geschäft mit Nutzfahrzeugen deutlich zurück.

2019 war damit für die NORMA Group ein schwieriges Jahr. Drei Mal sahen wir uns im Verlauf des Geschäftsjahres gezwungen, unsere Umsatz- und Ergebnisprognose anzupassen. Wir haben hart dafür gearbeitet, dass wir das Geschäftsjahr trotz des anspruchsvollen Marktumfelds mit einem leichten Umsatzplus abschließen konnten. So belief sich unser **Konzernumsatz** für 2019 auf insgesamt 1,1 Milliarden Euro. Dies entspricht einem leichten Plus von 1,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Hierzu beigetragen haben auch die beiden 2018 erworbenen Gesellschaften Kimplas und Statek sowie positive Währungseffekte. Der organische Umsatz ist hingegen um 2 Prozent gegenüber dem Vorjahr zurückgegangen. Zwar entwickelte sich das DS-Geschäft – Distribution Services – und insbesondere das Wassergeschäft in den USA weiterhin gut. Doch es überwogen die schwierigen Rahmenbedingungen im Automobilssektor. Sie beeinträchtigten unser EJT-Geschäft – Engineered Joining Technology –, das rund 60 Prozent unseres Gesamtumsatzes ausmacht.

Dies zeigt: Mit dem systematischen Aufbau unseres DS-Geschäfts in den vergangenen Jahren haben wir den richtigen Weg eingeschlagen. Mit dem Ausbau des Wassergeschäfts und unseren Produkten für breite Industrieanwendungen verringern wir unsere Abhängigkeit vom Automobilssektor.

Beim operativen Ergebnis sind wir 2019 unserem Anspruch nicht gerecht geworden: Das **bereinigte EBITA** sank um 16,4 Prozent auf 144,8 Millionen Euro, und die **bereinigte EBITA-Marge** lag mit 13,2 Prozent deutlich unterhalb des Vorjahreswertes. Auch das **bereinigte Periodenergebnis** und das **bereinigte Ergebnis je Aktie** fielen geringer als im Vorjahr aus: Mit 87,8 Millionen Euro bzw. 2,76 Euro lagen sie unterhalb der Erwartungen, die wir zu Beginn des Jahres 2019 kommuniziert haben.

Deutlich besser stand es um unsere Liquidität: Der **operative Netto-Cashflow** betrug 122,9 Millionen Euro. Dies entspricht ungefähr dem Niveau des Vorjahres. Die **Eigenkapitalquote** erhöhte sich 2019 leicht auf 41,6 Prozent gegenüber 40,9 Prozent im Vorjahr. Das gibt uns Sicherheit und den nötigen Handlungsspielraum, um bestmöglich durch die aktuelle Krise zu kommen.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

mit den Ergebnissen des Geschäftsjahres 2019 sind wir nicht zufrieden. Wir können das besser.

Marktentwicklungen und Rahmenbedingungen für den weltweiten Handel kann ein einziges Unternehmen nicht signifikant beeinflussen. Das heißt jedoch nicht, dass es diesen Kräften hilflos ausgeliefert ist. Jedes Unternehmen hat es selbst in der Hand, die passende Aufstellung zu wählen, um schnell und gut auf Veränderungen im Markt reagieren zu können.

Deshalb haben wir bereits im Frühjahr 2019 unser **Rightsizing-Programm** gestartet. Es hat zum Ziel, noch mehr Struktur und Effizienz in unser Unternehmen zu bringen, das in den vergangenen Jahren stark gewachsen ist. Wir haben erfolgreich damit begonnen, unsere Produktionslandschaft zu optimieren, Unternehmensstrukturen zu vereinfachen sowie Prozesse und Systeme weltweit zu standardisieren. Beispielsweise haben wir die Produktion in Osteuropa optimiert und den Vertrieb in Mitteleuropa konsolidiert. Um zukünftig wieder stärker zu wachsen, ist jedoch nicht nur Effizienz entscheidend. Genauso wichtig ist es, unser Geschäftsmodell kontinuierlich weiterzuentwickeln und unsere Finanzierung nachhaltig zu sichern. Beides haben wir 2019 getan.

Unsere technologischen Lösungen sind gefragt. Das belegen mehrere Großaufträge für Leitungssysteme ebenso wie zahlreiche Auszeichnungen unserer Produkte und Leistungen: vom Jaguar Land Rover Quality Award, der uns im vergangenen Jahr in China verliehen wurde, bis hin zum Red Dot Award – einem der größten und renommiertesten Designwettbewerbe weltweit. Wir sind stolz, dass wir eine energie- und wassereffiziente Wohnanlage in Südkalifornien mit einem besonders langlebigen und effizienten Bewässerungssystem versorgt haben. Das Tröpfchen-Bewässerungssystem verbraucht bis zu 60 Prozent weniger Wasser als herkömmliche, wasserintensive Lösungen auf dem Markt.

Auch 2019 haben wir unser **Produktportfolio** für die Zukunftsmärkte Wasser und Elektromobilität erfolgreich erweitert. Ein Beispiel dafür ist der neue **Steckverbinder eM Compact**, den wir im Mai letzten Jahres neu auf den Markt gebracht haben. Er wurde speziell für den Einsatz in Fahrzeugen mit Elektro- und Hybridantrieben entwickelt und sorgt für mehr Platz in der Batterie der Fahrzeuge. Dadurch können mehr Batteriezellen je Batteriepack verbaut und die Batterieleistung erhöht werden. So leistet der eM Compact nicht nur einen wichtigen Beitrag zum Thermomanagement, sondern kann auch deren Reichweite erhöhen.

Auch im Bereich unserer Finanzierung haben wir im zurückliegenden Geschäftsjahr wichtige Weichenstellungen vorgenommen. So ist es uns gelungen, unsere **Konzernfinanzierung** zu abermals verbesserten Konditionen neu zu gestalten.

Sie sehen also, meine Damen und Herren: Auch im schwierigen Jahr 2019 haben wir wichtige Erfolge erzielt. Diese Erfolge sind keine Leistung Einzelner, sondern immer das Resultat eines Teams. Wir haben weltweit eine hervorragende Mannschaft mit rund 8.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Ihnen allen möchte ich im Namen des gesamten Vorstands für ihr großes Engagement danken, ganz besonders in diesen herausfordernden Zeiten.

Damit wir in Zukunft unsere Profitabilität verbessern können, haben wir im November unser Programm „**Get on track**“ beschlossen. Das **umfassende Transformationsprogramm** setzt auf den Ergebnissen unseres erfolgreichen Rightsizing-Programms auf und soll die NORMA Group fit für die Zukunft machen. Das heißt konkret: Es soll die Voraussetzungen für weiteres Wachstum schaffen und Ihr Unternehmen, unser Unternehmen zu alter Margenstärke zurückführen.

„Get on track“ umfasst verschiedene übergeordnete Handlungsfelder:

Zum einen geht es um eine **Konsolidierung unserer Standorte** weltweit und eine möglichst **effiziente Ausgestaltung unserer Produktionslandschaft**. Nachdem wir über Zukäufe schnell gewachsen sind – wir haben seit 2011 insgesamt 14 Unternehmen übernommen –, liegt der Fokus nun auf der Harmonisierung unserer konzernweiten Prozesse und Strukturen. Damit haben wir bereits begonnen. Wir passen uns an die neuen Rahmenbedingungen im Markt an und werden agiler, schneller und flexibler. Eine wichtige Voraussetzung, um in Zeiten der Veränderung erfolgreich zu sein.

Im Rahmen von „Get on track“ wollen wir unsere Produktionskapazitäten fokussieren. Ein Beispiel: In der verschärften Wettbewerbssituation hat sich gezeigt, dass wir keine drei Standorte in Mitteleuropa mit ähnlichem Produktspektrum und Produktionsprofil profitabel betreiben können. Wir planen daher, die Produktion von unserem Werk in Gerbershausen in Thüringen größtenteils nach Hustopeče in Tschechien zu verlagern. Der Standort Gerbershausen soll zum Juni 2022 geschlossen werden. Im Zuge dieser Veränderungen sollen auch am Hauptsitz in Maintal Stellen in der Verwaltung und Logistik entfallen. Wir wollen an den beiden etablierten Standorten Maintal und Hustopeče **spezialisiert und wettbewerbsfähig** produzieren.

Ein weiteres Handlungsfeld ist die **Straffung unseres Produktportfolios**. Dies werden wir insbesondere durch ein aktives Portfoliomanagement erreichen. Wir bieten derzeit mehr als 40.000 Produkte an. Doch während einige Lösungen von sehr vielen Kunden nachgefragt werden, werden andere nur von wenigen genutzt. Auch kommt es bei Produkten für ähnliche Anwendungen mitunter zu Überschneidungen. Hier konsolidieren wir und senken so den Aufwand in der Produktion, im Marketing und im Vertrieb.

Außerdem widmet sich „Get on track“ der **Verbesserung unserer konzernweiten Strukturen und Prozesse**. Das gilt auch für unseren Einkauf: Ziel ist es, unsere globale Einkaufsmacht besser zu nutzen. Dazu wollen wir eine klare globale Einkaufsverantwortung für die zentralen Rohstoff- und Materialgruppen unserer Produktkategorien einrichten und regionenübergreifend Prozesse vereinheitlichen. So wollen wir allein im Einkauf jährlich mehr als 20 Millionen Euro einsparen.

Insgesamt soll „Get on track“ ab 2023 jährliche Kosteneinsparungen von 40 bis 45 Millionen Euro liefern. „Get on track“ ist aber kein reines Kostensenkungsprogramm. Es ist vielmehr ein ganzheitliches Transformationsprogramm, aus dem die NORMA Group gestärkt, schlank und schlagkräftig hervorgehen soll – als ein Unternehmen, das ideal auf das wirtschaftliche Umfeld ausgerichtet ist und flexibel agieren kann.

Dafür braucht es nicht nur die passenden Strukturen, Prozesse und Produkte, sondern auch **motiviertere und leistungsfähige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf allen Ebenen**. Deshalb widmet sich „Get on track“ auch ihnen und unterstützt sie durch geeignete Qualifizierungsmaßnahmen. Ein Beispiel dafür ist unser Trainingsprogramm „**Leadership Culture@NORMA**“. Es richtet sich an alle Führungskräfte weltweit mit dem Ziel, die Qualität der Führung weiter zu verbessern. Wir geben unseren Führungskräften damit weiteres Rüstzeug für einen professionellen Umgang mit Veränderungssituationen.

Gegenwärtig sind unsere Veränderungs- und Führungskompetenzen besonders gefordert. Die Corona-Pandemie stellt alle Krisensituationen der letzten Jahrzehnte in den Schatten. Sie ist eine Belastungsprobe für unser familiäres und gesellschaftliches Leben, ein Stresstest für die Wirtschaft und auch für die NORMA Group.

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf unser Unternehmen sind gravierend. Glücklicherweise konnten wir die gesundheitlichen Folgen für unsere Mitarbeiter in Grenzen halten. Bis heute hat nur eine niedrige Anzahl an Mitarbeitern eine Infektion gemeldet. Auch ich selbst hatte mit einer Infektion mit dem Corona-Virus zu kämpfen. Leider haben wir in unseren Reihen zwei Todesfälle in Mexiko zu beklagen. Diese Nachricht hat uns tief erschüttert.

Dass sich nicht deutlich mehr Mitarbeiter mit Corona angesteckt haben, ist unserem schnellen Handeln zu verdanken. Als das Corona-Virus in China ausbrach, haben wir sehr früh Notfallpläne entwickelt und umgesetzt, Reisebeschränkungen und Abstandsregelungen eingeführt, Hygienemaßnahmen intensiviert und dort, wo es möglich war, unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Arbeit von zuhause aus ermöglicht. Damit konnten wir zum einen **unsere Beschäftigten schützen und**

**Infektionsketten unterbrechen.** Zum anderen war es uns so möglich, in vielen Bereichen einen weitgehend normalen Betriebsablauf sicherzustellen.

Die **wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Pandemie** sind dennoch erheblich. Anfang März haben fast alle großen Automobilhersteller ihre Produktion in Europa und in den USA deutlich heruntergefahren. Unternehmen anderer Branchen drosselten ebenfalls ihre Herstellung. Auch wir haben Schichten reduziert, an zahlreichen Standorten Kurzarbeit eingeführt und in einigen Werken die Produktion unterbrochen.

In unseren Werken in Lindsay und Fresno in Kalifornien lief die Produktion hingegen weiter. Die dort produzierten Wassermanagementprodukte wurden als Teil der kritischen Infrastruktur eingestuft. Auch unsere Vertriebszentren in Italien und Spanien sind seit Anfang April wieder geöffnet. Dort beliefern wir über Großhändler systemkritische Endkunden aus den Bereichen Medizin und Lebensmittelverarbeitung.

Unser Krisenmanagement umfasste neben dem Schutz unserer Mitarbeiter und der raschen Anpassung unserer Produktionskapazitäten an die geringere Nachfrage eine dritte Maßnahme: die **Sicherung der Finanzierung und der Liquidität der NORMA Group**. Dafür nutzen wir unterschiedliche Instrumente. Hier kommen uns unsere hohe Eigenkapitalquote und unsere langjährige gute Beziehung zu unseren Partnerbanken zugute.

In Folge dieser Krise und zur weiteren Sicherung der Liquidität schlagen wir zudem vor, Ihnen nur eine Mindestdividende von 4 Cent pro Aktie auszuzahlen. Hierfür bitten wir Sie, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, um Verständnis und Zustimmung.

Auch die Führungskräfte, Vorstand und Aufsichtsrat tragen der schwierigen Situation Rechnung: Wir verzichten alle im Geschäftsjahr 2020 temporär auf einen Teil unserer Vergütung.

Wie schlägt sich die Corona-Krise bislang in unserem Unternehmensergebnis nieder? Unsere Zahlen für das **erste Quartal 2020** zeigen: Wir bekommen die Auswirkungen der Pandemie in allen Regionen deutlich zu spüren. Insgesamt ist unser Umsatz in den ersten drei Monaten dieses Jahres um 8 Prozent gesunken, organisch waren es sogar 8,9 Prozent. Auch das **bereinigte EBITA** lag mit 27,1 Millionen Euro fast ein Drittel unter dem Vorjahreswert. Dementsprechend erreichte die **bereinigte EBITA-Marge** auch nur 10,7 Prozent. Die rückläufige Entwicklung ist vor allem auf das schwache Automobilgeschäft zurückzuführen, das aufgrund der Pandemie Ende März in Europa und Amerika stark einbrach. Das Wassergeschäft unserer amerikanischen Tochter NDS entwickelte sich hingegen weiterhin gut und verzeichnete ein organisches Umsatzplus von 1,4 Prozent. Auch unseren operativen **Netto-Cashflow**

konnten wir im ersten Quartal von minus 0,3 Millionen auf 6,7 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahreszeitraum deutlich verbessern.

Unser Quartalsergebnis lässt erste Auswirkungen der Corona-Pandemie spürbar werden. Zugleich zeigt es aber auch, dass die NORMA Group nach wie vor gut aufgestellt ist. Wir verfügen über ausreichende **finanzielle Flexibilität** – dank einer ansehnlichen Eigenkapitalquote, hoher Liquidität und einer sicheren Finanzierung.

In jeder Krise liegen auch **Chancen**, die es zu nutzen gilt: So kommen unsere **NORMAPLAST-Schlauchverbinder** in Beatmungsgeräten zum Einsatz und verbinden die Sauerstoff-Schläuche sicher mit den Geräten. Während der Hochphase der Corona-Pandemie stellten wir die Lieferfähigkeit dieser Verbindungsprodukte sicher – speziell in Italien, Spanien und Deutschland. Sie sehen: Unsere kleinen Verbindungsprodukte leisten auch einen wichtigen Beitrag zur Versorgung von COVID-19-Patienten.

Die Krise gibt uns auch die Gelegenheit, unsere Innovationsstärke und Flexibilität unter Beweis zu stellen. Das zeigt die Entstehung unseres Gesichtsvisiers, dem **NORMA Face Shield**.

Die Initiative dazu ging von einem unserer Ingenieure der globalen Forschungs- und Entwicklungsabteilung in Maintal aus. Normalerweise entwickelt er neue Produkte für die Elektromobilität. Angesichts der Corona-Krise fragte er sich: Wie können wir bei der NORMA Group mit unseren ureigenen Kompetenzen einen Beitrag zur Bewältigung der Pandemie leisten? Schnell wurde klar, dass Gesichtsbdeckungen rar sind. Im Spritzgussverfahren können Formteile für Gesichtsvisiere schnell, gut und effizient hergestellt werden – und mit Spritzguss kennen wir uns bei der NORMA Group aus.

Wir haben rasch eine Taskforce gegründet, die das Design des Gesichtsvisiers zusammen mit einer führenden deutschen Universitätsklinik sehr schnell weiterentwickelte und immer wieder testete. In nur vier Wochen konnte das Team die Entwicklung vom ersten Prototyp bis zum fertigen Produkt abschließen. Das war nur möglich, weil Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus ganz verschiedenen Bereichen – von der Produktentwicklung über den Einkauf, die Produktion und den Vertrieb bis hin zum Marketing – Hand in Hand zusammenarbeiteten. Und das mit überragendem Einsatz und zusätzlich zu ihren eigentlichen Aufgaben. Dafür gebührt ihnen großer Dank. **Ich bin stolz darauf, dass unsere Mitarbeiter so engagiert sind.**

Das Gesichtsvisier wird inzwischen in großer Stückzahl in Deutschland produziert. Eines ist mir wichtig zu betonen: Ergebnis und Profitabilität stehen dabei nicht im Vordergrund. Wir wollen in erster Linie bei der Bewältigung der Corona-Krise helfen. Das ist gelebte Corporate Responsibility.

Soziale, gesellschaftliche und ökologische Verantwortung zu zeigen, war uns schon immer ein großes Anliegen. In unserem aktuellen Corporate-Responsibility-Bericht können Sie ausführlich nachlesen, was wir 2019 in unseren CR-Handlungsfeldern erreicht haben. An dieser Stelle möchte ich zwei Highlights herausgreifen.

Unser Leuchtturmprojekt für gesellschaftliches Engagement ist **NORMA Clean Water**. Wir haben es 2014 ins Leben gerufen, um Kindern und Familien Zugang zu sauberem Wasser zu verschaffen und so ihre Lebens- und Gesundheitsbedingungen zu verbessern. Fließendes Wasser und hygienische Sanitäreinrichtungen sind in vielen Teilen der Welt noch immer Mangelware. Wir begegnen dieser Herausforderung mit einer Kooperation zwischen Wirtschaft und Zivilgesellschaft. Unser langjähriger Partner ist die Kinderhilfsorganisation Plan International. Seit 2017 sind wir gemeinsam im Nordosten Brasiliens aktiv. Dort hat NORMA Clean Water im zurückliegenden Geschäftsjahr erhebliche Fortschritte gemacht: In allen teilnehmenden Projektgemeinden haben wir Brunnen errichtet und neue Wasserversorgungssysteme installiert. In einer Gemeinde hatte es zuvor über fünf Jahre kein fließendes Wasser gegeben. Inzwischen kommen fast 550 Familien in den Genuss einer verbesserten Wasserversorgung.

Das zweite Highlight: eine „**grüne**“ **Refinanzierung**. Wie ich zuvor schon erwähnte, haben wir im zurückliegenden Jahr unsere Konzernfinanzierung neu gestaltet. Dabei setzte die NORMA Group erstmals einen Kredit mit Nachhaltigkeitskomponente zur teilweisen Refinanzierung ihrer Geschäftsaktivitäten auf. Die Nachhaltigkeitskomponente koppelt die Finanzierungsbedingungen an das Engagement unseres Unternehmens im Bereich Corporate Responsibility. Das heißt konkret: Verbessern wir uns weiter beim Thema Nachhaltigkeit, erhalten wir Zugang zu vergünstigten Kreditkonditionen.

Sehr geehrte Damen und Herren,

Nachhaltigkeit beschränkt sich bei NORMA nicht auf unsere Corporate-Responsibility-Agenda. Nachhaltigkeit ist vielmehr integraler Bestandteil unserer Geschäftstätigkeit und unserer Strategie.

Der Bereich Wassermanagement etwa stellt für uns nicht nur einen attraktiven, wachsenden Markt dar. Unsere Produkte helfen unseren Kunden auch, sich an gewandelte klimatische Bedingungen anzupassen, beispielsweise zunehmende Extremwetterereignisse. Das reicht vom schonenden Umgang mit Wasser in Dürreperioden bis hin zum Management großer Wassermengen infolge von Unwettern.



Unser Geschäftsmodell orientiert sich an den zwei **Megatrends Klimawandel und Ressourcenknappheit**. Sie werden unsere Märkte in den nächsten Jahren entscheidend formen. Wir halten an unserem strategischen Kurs fest und setzen auf die **Zukunftsmärkte Wasser und Elektromobilität**. Hier wollen wir weiter profitabel wachsen.

Im Geschäftsjahr 2019 lag der Anteil des Jahresumsatzes im Bereich **Wassermanagement** bei rund 20 Prozent. Vor knapp zehn Jahren betrug der Anteil lediglich ein Prozent. Wir nutzen unsere führende Position im US-Markt, um auch in anderen Märkten Fuß zu fassen. So haben wir gerade erst profitable Wasserprodukte aus dem US-Geschäft erfolgreich in Europa eingeführt – zum Beispiel Ventilboxen und Tropfleitungen zur effizienten Bewässerung.

Im Bereich der **Elektromobilität** verfügen wir über ein breites Technologieportfolio. Wir sehen uns damit optimal positioniert, um von den prognostizierten positiven Entwicklungen im Bereich der elektrischen Antriebstechnologien profitieren zu können. Unsere Lösungen werden schon heute im Markt nachgefragt. Und sie lassen sich in unseren Fertigungsstätten ohne strukturelle Veränderungen produzieren.

Um unsere Position als einer der Markt- und Technologieführer für hochentwickelte und standardisierte Verbindungstechnologie zu festigen und weiter auszubauen, müssen wir innovativ bleiben. Denn neue Fragestellungen brauchen neue Lösungen. Deshalb investieren wir Jahr für Jahr circa 5 Prozent des Umsatzes, den wir über unseren Vertriebsweg Engineered Joining Technology erwirtschaften, in Forschung und Entwicklung. Unsere **Innovationen** schützen wir durch Patente. 2019 haben wir 46 neue Schutzrechte angemeldet und halten jetzt rund 1.100 Patente.

Unser strategisches Ziel ist und bleibt es, den Wert der NORMA Group nachhaltig zu steigern. Dazu setzen wir das Kapital, das wir von Ihnen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, sowie von Fremdkapitalgebern erhalten, so effizient wie möglich ein.

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich möchte meine Rede mit einem Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr beenden, auch wenn Ausblicke und Prognosen in diesen Zeiten ausgesprochen schwierig sind. Es ist momentan schwer abzuschätzen, wie sich das wirtschaftliche Umfeld weiter entwickeln wird.

Der Höhepunkt der Corona-Pandemie liegt hoffentlich schon hinter uns. Die Infektionsraten sind zurückgegangen, das öffentliche Leben hat in den meisten Ländern wieder Fahrt aufgenommen. Reisebeschränkungen wurden gelockert. Die allgemeine Industrie und die Automobilproduktion wurden

vor ein paar Wochen langsam wieder hochgefahren. Die internationalen Lieferketten funktionieren größtenteils wieder. Auch wir sind in vielen Werken wieder besser ausgelastet.

Haben wir jetzt also das Größte überstanden? Ist die Krise vorbei? Das kann leider niemand so genau sagen. Die wirtschaftlichen Folgen von Corona werden uns alle noch länger beschäftigen. Die Auswirkungen werden wir erst im weiteren Verlauf des Geschäftsjahres sehen. Anfang August veröffentlichen wir die Geschäftsergebnisse des zweiten Quartals 2020. Wir erwarten, dass sie schlechter ausfallen als im ersten Quartal.

**2020 bleibt ein schwieriges Jahr.** Der Pkw-Markt wird sich weiterhin stark rückläufig entwickeln. Auch beim Lkw-Geschäft erwarten wir einen deutlichen Rückgang. Etwas optimistischer blicken wir auf den Wassermarkt, der sich voraussichtlich gut entwickeln wird, wenn auch nicht ganz so positiv wie 2019.

Wir haben bislang **keine Prognose** für das laufende Geschäftsjahr abgegeben. Das ist in der weiterhin unsicheren Marktsituation schlicht unmöglich. Wir fahren derzeit auf Sicht. Die Sicht ist klarer geworden, aber sie reicht noch nicht weit genug.

Wir wollen heute gemeinsam mit Ihnen die Segel setzen für den weiteren Kurs der NORMA Group. Deshalb stellen wir heute auch die **Schaffung eines neuen und damit verlängerten Genehmigten Kapitals zur Abstimmung**. Dadurch können wir weiterhin die Kapitalbasis der NORMA Group mit Zustimmung des Aufsichtsrats bei Bedarf angemessen und flexibel anpassen. Das ist wichtig, um zukünftige Geschäftschancen in Ihrem Sinne wahrnehmen zu können.

*Times are changing.* Wir sehen darin auch Chancen:

Die Chance, uns zu wandeln und für künftige Herausforderungen aufzustellen.

Die Chance, durch den Fokus auf die Zukunftsmärkte Wassermanagement und Elektromobilität unsere Marktanteile weiter auszubauen und profitabel zu wachsen.

Die Chance, uns mit einer robusten Finanzierung im Rücken auf Innovation, Nachhaltigkeit und Effizienz zu konzentrieren, um so langfristig Wettbewerbsvorteile zu sichern.

Diese Chancen wollen und werden wir nutzen. Denn davon profitieren alle: unsere Kunden, unsere Mitarbeiter und nicht zuletzt auch Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre.

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit. Ich übergebe das Wort nun wieder an Frau Schulte.