

**6. Hauptversammlung der TAKKT AG
am 3. Mai 2005 in Ludwigsburg**

**Rede von Georg Gayer,
Vorstandsvorsitzender der TAKKT AG**

Es gilt das gesprochene Wort

**Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr geehrte Aktionärsvertreter und Vertreter der Presse,
sehr geehrte Damen und Herren,**

im Namen des Vorstands begrüße ich Sie herzlich zur 6. Hauptversammlung der TAKKT AG hier im Ludwigsburger Forum am Schlosspark. In den kommenden Minuten werde ich Ihnen einen Überblick über das Geschäftsjahr 2004 geben und die Perspektiven des Unternehmens für die Zukunft skizzieren.

Bevor ich auf den Geschäftsverlauf eingehe, möchte ich einige Worte zum Tod von Günther Hülse sagen. Herr Dr. Trützscher hat eben mit treffenden Worten beschrieben, welche herausragende Persönlichkeit Günther Hülse war. Die Nachricht seines Todes hat im Unternehmen tiefe Betroffenheit ausgelöst. Herr Hülse hat die TAKKT-Gruppe über Jahre mit seiner sachlichen und menschlichen, aber stets zielorientierten Art geprägt. Wir sind ihm zu großem Dank verpflichtet und werden die

erfolgreiche Arbeit bei TAKKT nach seinen Wertvorstellungen und seinem Vorbild fortsetzen.

Rückblick 2004: Impulse durch das Projekt „Perfect Service“

Meine Damen und Herren,

vor genau einem Jahr habe ich Ihnen hier im Forum unsere Erwartungen für das Geschäftsjahr 2004 geschildert. Damals habe ich ein währungsbereinigtes Umsatzwachstum von drei Prozent in Aussicht gestellt. Heute kann ich sagen: Die TAKKT AG hat dieses Ziel mit 5,8 Prozent deutlich übertroffen.

Ein wichtiger Erfolgsfaktor war das Projekt „Perfect Service“. Mit dieser Qualitätsinitiative verbessern wir konsequent unsere Leistungen in allen Geschäftsbereichen. Zwar sind wir schon heute sehr gut: TAKKT hat zufriedene Kunden und niedrige Reklamationsquoten. Dennoch dürfen wir uns nicht auf dem Erreichten ausruhen, wenn wir unsere führende Marktposition ausbauen wollen.

Versandhandel ist Distanzhandel. Das bedeutet, es gibt keine Nähe zum Kunden wie etwa bei Ihrem Friseur, von dem Sie sich regelmäßig Ihr Haupt verschönern lassen.

Der Versandhandel muss sich die Kundenbindung durch ein optimales Produktangebot und einen erstklassigen Service erarbeiten – Auftrag für Auftrag.

Nur wenn wir spürbar besser sind als die Wettbewerber und nahezu keine Fehler machen, erreichen wir dies. Unser Markt ist riesengroß, unsere Wachstumschancen auch.

Sie werden sich vielleicht denken, was ist am Projekt „Perfect Service“ so besonderes – damit wirbt doch jeder. Andere wiederum meinen, hochwertiger Service koste zu viel Geld.

Dass alle über Service reden, mag schon stimmen. Doch jeden Tag perfekten Service zu bieten, das ist eine große Aufgabe.

Service bei TAKKT fängt damit an, dass jeder Telefonanruf eines Kunden innerhalb von 10 Sekunden angenommen werden muss. Service bedeutet, dass wir Bestellungen optimal und schnell aufnehmen. Denn für uns und unsere Kunden ist Zeit gleich Geld.

Service bedeutet auch, dass wir unseren Kunden gegebenenfalls alternative Produkte für ihre geplanten Investitionen vorschlagen.

Und Service heißt für uns, dass wir Fehlerquellen konsequent identifizieren. Wir besprechen gute und schlechte Leistungen mit unseren Mitarbeitern und Partnern und versuchen, gemachte Fehler in Zukunft zu vermeiden – oftmals leichter gesagt als getan.

Wir haben ein Bonus-/Malussystem entwickelt, mit dem wir unsere Partner, aber auch unsere Mitarbeiter motivieren, hohe Qualitätsstandards einzuhalten und kontinuierlich Verbesserungen einzubringen.

Sehr ermutigend ist dabei die Entwicklung des betrieblichen Vorschlagswesens. Innerhalb von zwei Jahren haben sich die Auszahlungen für Verbesserungsvorschläge verdreifacht.

Auch die Ausgaben für das Bonus-/Malussystem mit einem Teil unserer Partner sind höher als die Einnahmen. Das ist gut investiertes Geld, weil wir besser geworden sind.

Kommen wir nun zu den anderen Bedenken, die da lauten: „Service kostet Geld und reduziert damit die Profitabilität.“

Alle, die so denken, liegen falsch.

Service, perfekter Service, spart definitiv Kosten, erhöht die Kundenbindung und den Umsatz.

Zwei Beispiele hierzu:

Wir haben ermittelt, dass eine Reklamation bei uns das fünf- bis zehnfache eines normalen Auftrags kostet. Ein Fehler weniger spart also Geld und Kundenverluste.

Das zweite Beispiel:

Sie wissen es vielleicht: In Japan gibt es einen besonders erfolgreichen und profitablen Automobilkonzern und ein Unternehmen der gleichen Branche, das beständig durch negative Schlagzeilen auf sich aufmerksam macht.

Der erfolgreiche Automobilkonzern baut Autos mit der besten Pannenstatistik. Fehler vermeiden und kontinuierliche Verbesserungen sind das Ziel und die Strategie. Es sind dieselben Werte, die auch TAKKT verfolgt.

Der andere Konzern baut Autos und LKWs, die zahlreiche Mängel aufweisen. Reklamationen werden in Postsäcken gesammelt, aber nicht abgestellt. Das Resultat: größte wirtschaftliche Schwierigkeiten.

Perfekter Service spart also Kosten. Service ist jedoch nicht nur ein Kostensparprogramm, sondern auch ein Wachstumstreiber – unspektakulär, aber sicher.

Rückblick 2004: Erwartungen übertroffen

Ein zweiter Schwerpunkt unserer Geschäftstätigkeit war – im Jahr der EU-Erweiterung – der Ausbau unserer Marktposition in Osteuropa. Die in den vergangenen Jahren in der Region gegründeten Gesellschaften – von Ungarn bis Estland – erreichten hohe Wachstumsraten: Umsätze und Ergebnisse haben unsere Erwartungen übertroffen.

Doch nicht nur in Osteuropa wurde gute Arbeit geleistet. Auch in nahezu allen anderen Märkten liegen die tatsächlich erzielten Kennzahlen über den Planungen.

Der Umsatz der TAKKT-Gruppe stieg um 1,9 Prozent auf rund 728 Millionen Euro. Währungsbereinigt erhöhten sich die Erlöse – wie eben erwähnt – um fast sechs Prozent. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass alle drei Wachstumstreiber – die Auftragszahlen, der

durchschnittliche Auftragswert und die Neukundengewinnung – gestiegen sind.

Auch die Profitabilität verbesserte sich weiter, so dass die Ergebniskennzahlen überproportional zunahmen. Das Ergebnis pro Aktie stieg zum Beispiel um mehr als 33 Prozent.

An dieser Stelle möchte ich mich bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der TAKKT-Gruppe und bei unseren Partnern bedanken. Sie haben entscheidend dazu beigetragen, dass 2004 ein erfolgreiches Geschäftsjahr war.

E-Business bei TAKKT: stetig steigende Bedeutung

Wichtige Wachstumsimpulse erhalten wir auch durch unsere E-Commerce-Angebote. In allen drei Geschäftsbereichen hat sich das Internet als zusätzlicher Vertriebskanal etabliert. Der Anteil des Online-Geschäfts am Gesamtumsatz lag im Geschäftsjahr 2004 bei 7,4 Prozent. Das entspricht einer Steigerung von rund 30 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Spitzenreiter in der TAKKT-Gruppe ist Topdeq USA: Die Gesellschaft erzielt derzeit bereits 20 Prozent des Umsatzes mit Online-Bestellungen.

KAISER + KRAFT EUROPA und K + K America realisieren darüber hinaus mit zunehmendem Erfolg E-Procurement-Projekte mit Großkunden. Bei dieser Sonderform des E-Commerce werden elektronische Kataloge direkt in die Computernetzwerke der Unternehmen eingebunden. Dadurch können wir die Kunden stärker an uns binden und das Umsatzvolumen

deutlich erhöhen. Aktuell gibt es bei den TAKKT-Gesellschaften weit mehr als 200 E-Procurement-Projekte.

Wir werden unsere E-Commerce- und E-Procurement-Angebote konsequent ausbauen – denn wir gehen davon aus, dass sich die Bestellung per Mausklick in Zukunft immer weiter durchsetzen wird. Es ist aber auch sicher, dass der gute Printkatalog nicht zu ersetzen ist.

Versandhandel: Vorteile B2B gegenüber B2C

Meine Damen und Herren,

ganz ohne Aufregung verlief das Jahr 2004 für die Versandhandelsbranche nicht: Ein großer B2C-Versandhändler sorgte durch seine – zum Teil hausgemachten – wirtschaftlichen Probleme für negative Schlagzeilen, die sich kurzzeitig auch auf den Aktienkurs von TAKKT auswirkten. Zu Unrecht, denn unser Unternehmen ist in einem anderen Bereich tätig und auch strategisch anders aufgestellt. Ich möchte deshalb die Gelegenheit nutzen, um Ihnen einige wesentliche Unterschiede zwischen B2C- und B2B-Versandhandel aufzuzeigen.

Im B2B-Bereich – also dem Handel mit Equipment für Business-Kunden, wie wir ihn bei TAKKT betreiben – bestimmt der Bedarf der Unternehmen das Geschäft. Durch Preisnachlässe lässt sich kaum ein zusätzlicher Bedarf erzeugen. Kein Kunde legt sich ein Regal in den Keller, weil es jetzt gerade mit 50 Prozent Rabatt im Sonderangebot ist. Wir sind dadurch in der komfortablen Situation, dass wir mit unseren Produkten nicht unter hohem Preisdruck stehen. Service und Qualität – die Kernkompetenzen von TAKKT – sind unseren Kunden wichtiger als der Preis.

Anders sieht es im Versandhandel mit den privaten Verbrauchern aus, dem B2C-Bereich. Hier ist es möglich, durch umfangreiche Werbung und Preisnachlässe eine stärkere Nachfrage zu generieren. Das bedeutet aber auch, dass sich die Versandhändler in diesem Segment in einem ständigen, harten Preiskampf befinden.

Auch hierzu ein kleines Beispiel:

Es gibt Männer, die haben zahllose Krawatten im Schrank und damit jeden Morgen das Problem: „Welche Krawatte ziehe ich an?“ Das Geschäft X bietet nun tolle Krawatten mit 30 Prozent Nachlass an. Der besagte Mann hat eigentlich keinen Bedarf, kauft aber trotzdem zwei Krawatten und macht damit sein morgendliches Problem noch größer.

Vielleicht fühlen sich jetzt einige Männer auf den Schlips getreten. Ich kann Sie trösten: Frauen verhalten sich bei Schuhen oder Blusen nicht anders.

Im privaten Bereich ist Einkaufen oft ein Erlebnis. Etwas per Versandhandel einzukaufen, anzuprobieren und zurückzuschicken, ist ganz normal. Doch dies treibt die Retourenquote und die Kosten hoch.

Im B2B-Bereich ist das Bestellen Arbeit, die man effizient erledigen will. Die Retourenquote ist deshalb gering.

Auch die Forderungsverluste sind im B2C-Bereich um ein Vielfaches höher. Erstens, weil im privaten Bereich oft über Bedarf gekauft wird. Zweitens, weil es sich bei einer Auftragsgröße von durchschnittlich 350 Euro für unsere Kunden nicht lohnt, die Zahlung zu strecken.

Und beim Produktangebot ist ein B2B-Versandhändler wie TAKKT ebenfalls im Vorteil. Unser Sortiment lässt sich in vielen Ländern vertreiben, ohne dass wir die speziellen Bedürfnisse eines Marktes berücksichtigen müssen: Sackkarren, Tische oder Bürostühle sind universell einsetzbar. Bei vielen B2C-Produkten ist es dagegen notwendig, sie an lokale Gegebenheiten anzupassen – das verursacht zusätzliche Kosten.

Anders als im B2C-Bereich bekommen unsere Kunden aber auch Produkte nach Maß oder in den Firmenfarben. Unser bestverkauftes Produkt ist eines, das nicht im Katalog zu finden ist – die Sonderanfertigung.

Sie sehen an diesen Beispielen, wie erheblich die Unterschiede zwischen B2B- und B2C-Versandhandel sind. Eine vollständige Aufzählung würde jetzt jedoch den Rahmen sprengen, deshalb zurück zum Jahr 2004.

Umsatz TAKKT-Gruppe: währungsbereinigte Steigerung um 5,8 Prozent

Schauen wir uns die Zahlen der TAKKT AG im Einzelnen an. Das Chart zeigt die Umsatzentwicklung der vergangenen Jahre. Nach einer Phase mit schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sind wir 2004 wieder gut gewachsen. Ohne Wechselkurseffekte hätte der Zuwachs 5,8 Prozent betragen. Alle drei Geschäftsbereiche – KAISER + KRAFT EUROPA, Topdeq und K + K America – haben zu diesem Umsatzplus beigetragen.

Die Zunahme beruht darauf, dass die drei wesentlichen Kenngrößen für unser Geschäft gestiegen sind: Sowohl die Kunden- und Auftragszahlen als auch die durchschnittlichen Auftragswerte legten zu. Durch verbesserte und neu entwickelte Werbemittel und Angebote sowie durch eine unverändert intensive Neukundenwerbung und unser Projekt „Perfekt Service“ haben wir 2004 unseren Kundenstamm um mehr als 100.000 Kunden erhöhen können.

Umsatz TAKKT-Gruppe: internationale Präsenz von Vorteil

Unsere starke internationale Präsenz in mehr als 20 Ländern ist ein großer Vorteil. Sie trägt erheblich dazu bei, Konjunkturschwankungen in einzelnen Regionen abzufedern.

Auf diesem Chart sehen Sie, wie sich der Umsatz prozentual auf die verschiedenen Regionen verteilt.

Der Anteil des deutschen Marktes erhöhte sich leicht auf 24,8 Prozent. In den anderen europäischen Märkten von TAKKT war der Anstieg etwas stärker: Hier erwirtschafteten wir 36 Prozent der Erlöse. Bei den amerikanischen Gesellschaften sank der Umsatzanteil durch den schwachen US-Dollar auf 39,1 Prozent. In den sonstigen Regionen – das sind Japan und Mexiko – erzielten wir 0,1 Prozent unserer Erlöse. Japan ist die zweitgrößte Wirtschaftsmacht der Welt. Ein deutlicher Fingerzeig für unsere Wachstumschancen.

Alles in allem belegen die Zahlen des Jahres 2004, wie stabil die Umsatzstruktur der TAKKT-Gruppe ist. Lediglich der schwache US-Dollar hat unsere Zahlen etwas nach unten verändert.

Rohrertrag: Marge steigt auf 40,8 Prozent

Stabile Strukturen sind auch das Stichwort für unsere Rohertragsmarge. Es ist uns 2004 gelungen, die Marge nochmals leicht von 40,5 auf 40,8 Prozent zu steigern. Diese erfreuliche Entwicklung ist auf mehrere Faktoren zurückzuführen. So haben wir erneut bessere Einkaufskonditionen erzielt – insbesondere durch die verstärkte internationale Beschaffung. Außerdem wirkte sich die Erweiterung des Versandhandelszentrums in Kamp-Lintfort positiv aus: Mit dem Lagergeschäft erwirtschaften wir generell höhere Rohertragsmargen als mit dem Streckengeschäft, weil wir die Einkaufsvolumina bündeln können.

EBITA: Marge am oberen Ende des Zielbereichs von 9 bis 11 Prozent

Die operative Kennzahl EBITA, also das Ergebnis vor Zinsen, Steuern vom Einkommen und Ertrag sowie Abschreibungen auf Firmen- und Geschäftswerte, stieg um 11,1 Prozent auf 78,2 Millionen Euro. Auch die Profitabilität verbesserte sich weiter: Die EBITA-Marge erhöhte sich von 9,8 auf 10,7 Prozent. Sie liegt damit am oberen Rand unseres langfristigen Zielbereichs von neun bis elf Prozent.

Für den Anstieg der Marge gibt es unterschiedliche Gründe: Die Basis haben wir durch die höhere Rohertragsmarge gelegt. Hinzu kommt, dass die Produktivität zugenommen hat. Und durch verbesserte Werbemittel und aktuellere Adressen haben wir die Kaufhäufigkeit gesteigert und damit die Werbekosten relativ gesenkt.

Beim betrachten dieses Charts könnte man auf den Gedanken kommen, dass sich bei TAKKT seit dem Jahr 2000 nichts großartig Positives bewegt hat. Trotz Verbesserung der Produktivität, trotz eines größeren

Kundenstammes schlägt sich dies nicht im Ergebnis nieder. Wo ist die Verbesserung?

Hier macht uns das schon mehrfach erwähnte Kursverhältnis des US-Dollars zum Euro einen Strich durch die Rechnung. Oder, besser gesagt, der schwache Dollar verschleiert unsere gute Entwicklung. Auf Basis des Dollar-Euro-Wechselkurses von 2000 hätte TAKKT 2004 ein EBITA von mehr als 87 Millionen Euro erzielt.

Dies ist aber nur ein Aspekt. Viel wichtiger ist meines Erachtens der zweite Grund: Die beschleunigte Ausweitung unseres Geschäfts in neue Regionen. Jede Neugründung verursacht zuerst einmal Anlaufverluste. Wenn wir nun das Tempo unserer Expansion beschleunigen und diese Neugründungen auch noch in größeren Regionen stattfinden, beeinträchtigt dies unsere Profitabilität.

TAKKT 2004: Neugründungen seit 2000

Wir sind inzwischen auf drei Erdteilen vertreten. Seit 2000 haben wir neun neue Gesellschaften gegründet und damit die Basis für die künftige Geschäftsentwicklung verbessert. Ohne die planmäßigen Anlaufverluste dieser Neugründungen wäre das EBITA noch höher.

Jahresüberschuss vor Minderheitenanteilen: gutes Ergebnis bei geringerer Steuerquote

Ich komme nun zu einer zentralen Kennzahl – dem Jahresüberschuss vor Minderheitenanteilen. Wir erzielten hier ein Plus von über 35 Prozent gegenüber dem Vorjahr: Der Jahresüberschuss erhöhte sich von 24,4 auf 33,0 Millionen Euro. Die Marge verbesserte sich auf 4,5 Prozent.

Neben den bereits erwähnten Einflussfaktoren

- höherer Umsatz
- höhere Rohertragsmarge
- verbesserte Produktivität

trugen geringere Zinsaufwendungen – die wir durch die Tilgung von Schulden reduziert haben – und eine niedrigere Steuerquote zur Verbesserung des Ergebnisses bei. Die Steuerquote reduzierte sich von 40 auf ca. 36 Prozent. Ursache war im Wesentlichen eine Steuer-rückerstattung in Deutschland.

Kennzahlen pro Aktie: Dividendenerhöhung um 50 Prozent geplant

Was Sie, meine sehr geehrten Damen und Herren Aktionäre, natürlich besonders freuen wird: Das Ergebnis je Aktie legte um 33 Prozent auf 44 Cent zu. Wir sind dadurch in der Lage, die Dividende um 50 Prozent zu erhöhen: Vorstand und Aufsichtsrat empfehlen, eine Dividende von 15 Cent pro Stückaktie zu beschließen. Das entspricht einer Ausschüttungsquote von rund 34 Prozent des Jahresüberschusses.

Trotz einer um 50 Prozent erhöhten Dividende, die Ihr Engagement bei TAKKT noch attraktiver macht, sind wir weiter in der Lage, unser Wachstum durch zusätzliche Neugründungen zu finanzieren, unsere Schulden planmäßig abzubauen und – wenn es klappt – kleinere oder mittlere Akquisitionen zu stemmen.

Meine sehr geehrten Damen und Herren, Sie sind Aktionäre einer Gesellschaft, die ein erfolgreiches und zukunftsorientiertes Geschäftsmodell betreibt. Wir verbinden äußerst effizient das

Produktangebot tausender Lieferanten mit unseren 2,6 Millionen Kunden – und schaffen so Mehrwert für alle Marktteilnehmer.

Cashflow: hohes Niveau belegt Ertragskraft

Der Cashflow hat mit 57,7 Millionen Euro eine Rekordmarke erreicht. Da sich die Abschreibungen und Amortisationen im Rahmen des Vorjahrs bewegten, ist der Anstieg in erster Linie durch das bessere Ergebnis bedingt – ein Beleg für die hohe operative Ertragskraft der TAKKT-Gruppe. Die Cashflow-Marge stieg auf 7,9 Prozent.

Free Cashflow: Schuldentilgung und weiteres Wachstum gesichert

Da die Investitionen 2004 mit 8,6 Millionen Euro auf normalem Niveau lagen, wuchs der Free Cashflow um 20,6 Prozent und erreichte mit 49,1 Millionen Euro ebenfalls einen neuen Rekordwert. Der hohe Free Cashflow ermöglicht es uns, die Verbindlichkeiten wie geplant zu tilgen, die Dividende zu erhöhen und weiteres Wachstum aus eigener Kraft zu finanzieren.

Motivierte Mitarbeiter ermöglichen höhere Produktivität

Meine Damen und Herren,

hinter den erfreulichen Zahlen steht die engagierte und gute Arbeit, die viele Menschen weltweit für die TAKKT AG leisten: Wir haben unsere Produktivität in den vergangenen Jahren deutlich verbessert. Dadurch konnten wir das höhere Auftragsvolumen mit einer nahezu unveränderten Zahl von Mitarbeitern abwickeln. Zum 31. Dezember 2004 beschäftigte die TAKKT-Gruppe insgesamt 1.840 Angestellte auf Vollzeitbasis. In der Konzern-Holding TAKKT AG waren 26 Mitarbeiter beschäftigt.

Kompetenz und Wissen der Mitarbeiter sind für den Erfolg unseres Unternehmens entscheidend. TAKKT legt deshalb großen Wert auf eine hochwertige Aus- und Fortbildung. Um das Know-how im Konzern stetig und gezielt zu verbessern, führen wir jedes Jahr eine Vielzahl von Schulungen durch. Außerdem vergrößern wir sukzessive unsere Ausbildungsangebote. Im Jahr 2004 haben wir die Ausbildung zur Fachkraft für Lagerlogistik neu aufgenommen.

TAKKT-Geschäftsbereiche: starke Marken mit einzigartigem Service

Sehen wir uns jetzt die drei Geschäftsbereiche der TAKKT-Gruppe an. Bevor ich zu den konkreten Zahlen für das vergangene Jahr komme, möchte ich Ihnen die drei Unternehmen noch einmal in Erinnerung rufen.

Unser größter und umsatzstärkster Geschäftsbereich ist KAISER + KRAFT EUROPA. Seine vier Marken sind in 20 Ländern Europas und in Japan vertreten. Sie bieten ihren Kunden ein sehr vielseitiges Sortiment von rund 33.000 hochwertigen Produkten für Büro, Betrieb und Lager: von der einfachen Sackkarre über Schreibtische bis hin zu kompletten Bürocontainern. Mit etwa einer Million Kunden ist der TAKKT-Geschäftsbereich Europas Marktführer im Versandhandel mit Business Equipment.

Topdeq vertreibt eine exklusive Auswahl von rund 3.000 hochwertigen Designprodukten. Zu diesen Büromöbeln und Accessoires zählen beispielsweise Stühle von Philippe Starck, eine Schreibtischserie von Sir Norman Foster oder die berühmte Tischleuchte von Wilhelm Wagenfeld. Der Geschäftsbereich beliefert in seinen fünf Märkten etwa 450.000 Kunden, vor allem aus dem Dienstleistungsbereich.

Ähnlich wie KAISER + KRAFT EUROPA vereint auch der dritte TAKKT-Geschäftsbereich, K + K America, mehrere Versandhandelsunternehmen unter einem Dach. Sie verkaufen Betriebs- und Lagerausstattungen, Produkte für die Arbeitssicherheit sowie Bedarfsartikel und Ausrüstungsgegenstände für Einzelhandel und Gastronomie. Zusammen haben die fünf Gesellschaften von K + K America das umfangreichste Sortiment aller TAKKT-Geschäftsbereiche: Die rund 1,2 Millionen Kunden in den USA, Kanada und Mexiko können aus mehr als 70.000 Produkten wählen.

KAISER + KRAFT EUROPA: Hauptumsatzträger mit hoher Profitabilität

Bei KAISER + KRAFT EUROPA verlief das Geschäftsjahr 2004 sehr erfreulich: Mit 379,5 Millionen Euro übertraf das Unternehmen den Umsatz des Vorjahrs um 6,1 Prozent. Ausschlaggebend für den Anstieg war vor allem eine höhere Zahl von Aufträgen. Aber auch der durchschnittliche Auftragswert legte zu.

Nahezu alle Gesellschaften von KAISER + KRAFT EUROPA haben zu diesem positiven Trend beigetragen. Deutliche Zuwächse erwirtschafteten die Tochterunternehmen in Japan, Osteuropa, Norwegen, der Schweiz und Frankreich. Auch der Umsatz in Deutschland verbesserte sich nach einem enttäuschenden ersten Quartal wieder spürbar. Lediglich in den Niederlanden war das Geschäft schwach.

Die Profitabilität von KAISER + KRAFT EUROPA ist auf hohem Niveau weiter gestiegen: Der Geschäftsbereich erwirtschaftete ein EBITA von 61,2 Millionen Euro. Die EBITA-Marge nahm von 15,7 auf sehr gute 16,1

Prozent zu. Ursachen hierfür waren die höhere Rohertragsmarge und eine bessere Produktivität.

Topdeq: Aufwendungen für Neuausrichtung

Wenden wir uns Topdeq zu: Unser zweiter Geschäftsbereich hat sich in einem unverändert schwierigen Umfeld relativ gut behauptet. Auch 2004 belastete die Schwäche des Büromöbelmarkts in Europa den Umsatz des Unternehmens. Die Auswirkungen waren jedoch geringer als 2003. Topdeq erzielte wie im Vorjahr einen Umsatz von 74,6 Millionen Euro. Wenn wir allerdings konstante Wechselkurse zugrunde legen, ergibt sich ein Umsatzwachstum von 1,7 Prozent.

In Deutschland, der Schweiz und insbesondere in den Niederlanden war die Nachfrage nach Büromöbeln weiter schwach. Topdeq Frankreich entwickelte sich dagegen weiter gut. Die Umsätze der amerikanischen Tochtergesellschaft stagnierten im ersten Halbjahr noch, stiegen dann jedoch wieder spürbar an. Der US-Markt hat nun endgültig die Preisanpassungen akzeptiert, die Topdeq USA wegen des niedrigen Dollarkurses im ersten Quartal vorgenommen hatte.

Der schwache US-Dollar hat sich jedoch negativ auf die Rohertragsmarge der Topdeq-Gruppe ausgewirkt. Außerdem haben Personalmaßnahmen auf der Führungsebene das Ergebnis einmalig belastet. Das EBITA sank entsprechend auf minus 2,2 Millionen Euro. Die EBITA-Marge lag bei minus 2,9 Prozent.

Die Entwicklung des Ergebnisses EBITA seit 2000 bedarf noch einer näheren Betrachtung.

Im Jahr 2000 bestand die Topdeq-Gruppe aus einer erfolgreichen, hochprofitablen Gesellschaft in Deutschland und zwei Neugründungen – 1995 in der Schweiz und 1996 in den Niederlanden –, die gerade die Gewinnschwelle erreicht hatten. Hinzu kam das erste volle operative Jahr von Topdeq Frankreich mit einem großen, aber planmäßigen Anlaufverlust. In der Summe ergab dies die 7,7 Millionen Euro, die Sie auf dem Chart sehen.

2001 kam dann noch der geplante Anlaufverlust von Topdeq USA hinzu. Wenn wir auch umsichtig zuerst nur den Osten der USA erschlossen haben, hatte der Verlust doch einen spürbaren Einfluss auf das Gruppenergebnis.

Bis hier lief alles planmäßig. Im selben Jahr 2001 begann dann aber die bislang größte Krise im Büroausstattungsbereich das Ergebnis der Gesellschaften in Deutschland, der Schweiz und den Niederlanden nach unten zu drücken. Wir verzeichneten dadurch statt einer schwarzen Null ein negatives Gruppenergebnis.

In den Jahren 2002 und 2003 litt Topdeq weiter unter der Krise und zwar nicht nur in Europa, sondern auch in den USA.

Die Anpassung der Kapazitäten sowie die Verbesserung von Produktpalette und Serviceleistungen gelangen nur teilweise, so dass wir uns von drei Geschäftsführern der Gruppe trennten.

Die Zahlen des 1. Quartals 2005 zeigen, dass der Turn-around geschafft wurde. Der Umsatz von Topdeq stieg währungsbereinigt um 12,8 Prozent. Das Ergebnis vor Steuern wechselte das Vorzeichen. Nach einem Verlust von 0,2 Millionen Euro im ersten Quartal 2004 erzielte Topdeq im ersten Quartal 2005 ein Plus von 0,9 Millionen Euro.

K + K America in US-Dollar: gute Zuwächse bei Umsatz und Ergebnis

Auf diesem Chart sehen Sie die Zahlen für unseren dritten Geschäftsbereich, K + K America. Das Unternehmen erwirtschaftete 339,8 Millionen US-Dollar, 7,0 Prozent mehr als 2003.

Die Tochtergesellschaften von K + K America entwickelten sich fast alle erfreulich. Bei C&H Distributors und Hubert Company war die bessere konjunkturelle Lage deutlich zu spüren. Auch unsere kanadische Tochter Avenue Industrial Supply legte gute Zahlen vor. Und bei der Neugründung C&H Mexiko hat der Auftragseingang ebenfalls die Erwartungen übertroffen. Anders war die Situation bei Conney Safety Products: Hier wirkte sich die geringere Zahl von Beschäftigten im verarbeitenden Gewerbe negativ auf das Geschäft aus. Allerdings bessert sich die Situation seit Mitte des Jahres, so dass wir vorsichtig optimistisch für die weitere Entwicklung sind.

K + K America hat seine Profitabilität deutlich gesteigert: Das EBITA erreichte 33,4 Millionen US-Dollar. Die EBITA-Marge lag damit bei 9,8 Prozent. Für das gute Ergebnis gibt es vor allem zwei Gründe: Der Geschäftsbereich nutzt zum einen seine Kapazitäten effizienter aus und hat zum anderen bei den Werbekosten gespart, ohne jedoch die Auflagen der Kataloge zu reduzieren.

Konzernbilanz: reduzierte Bilanzsumme und gestärkte Eigenkapitalquote

Kommen wir nun zur Konzernbilanz, die von einer unverändert soliden Finanzstruktur geprägt ist. Insgesamt verringerte sich die Bilanzsumme von TAKKT durch Währungseffekte und Abschreibungen um 4,6 Prozent auf 457,8 Millionen Euro.

Das Anlagevermögen von TAKKT reduzierte sich von 311,8 auf 285,9 Millionen Euro. Ursachen hierfür sind die angesprochenen Wechselkursveränderungen, die planmäßigen Abschreibungen auf Geschäftswerte, immaterielle Vermögensgegenstände und das Sachanlagevermögen sowie Investitionen in normaler Höhe. Die kurzfristigen Forderungen und Vermögenswerte legten durch das größere Umsatzvolumen im letzten Quartal 2004 auf 166,5 Millionen Euro zu.

Auf der Passivseite ergibt sich ein sehr erfreuliches Bild: Das Eigenkapital erhöhte sich durch den guten Jahresüberschuss auf 181,1 Millionen Euro – ohne die Schwankungen der Wechselkurse wären es noch 3,4 Millionen mehr gewesen. Die Eigenkapitalquote erreichte den Rekordwert von 39,6 Prozent.

Die Finanzverbindlichkeiten verringerten sich im Vergleich zum Vorjahr um insgesamt 52,3 Millionen Euro. Dabei verwendete TAKKT 43,6 Millionen Euro des Cashflows, um Schulden zu tilgen. Zudem reduzierten Wechselkurseffekte die Verbindlichkeiten um weitere 8,7 Millionen Euro. Zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2004 betrug die Nettofinanzverschuldung 182,3 Millionen Euro.

Fazit: Eine gesunde Bilanzstruktur mit reduzierten Verbindlichkeiten und einer guten Eigenkapitalquote ist eine gesunde Basis für weiteres Wachstum.

TAKKT-Aktie: Kurssteigerung spiegelt Potenzial wider

Meine Damen und Herren,

Umsätze, Ergebniszahlen und Dividende – sofern Sie zustimmen – werden steigen; die Bilanzstruktur verbessert sich erneut – es ist also ein durchweg positives Bild, das ich Ihnen heute präsentieren kann. Das gute Geschäftsjahr spiegelt sich auch in der Kursentwicklung der TAKKT-Aktie wider.

Die Gesamtzahl unserer Aktien lag im Berichtsjahr unverändert bei 72,9 Millionen. Zum 31. Dezember 2004 entsprach das einer Marktkapitalisierung von rund 570 Millionen Euro.

Auch die Aktionärsstruktur der TAKKT AG ist gegenüber dem Vorjahr im Wesentlichen gleich geblieben: Unser Hauptaktionär, die Franz Haniel & Cie. GmbH in Duisburg, hält 72,7 Prozent der Anteile. Die restlichen 27,3 Prozent sind international breit gestreut.

Sehen wir uns jetzt den Kursverlauf der TAKKT-Aktie an. Der Kurs stieg von 5,90 Euro am Jahresende 2003 auf 7,75 Euro zum Berichtsstichtag 2004. In der zweiten Jahreshälfte haben wir die Performance des SDAX sogar übertroffen. Über das gesamte Jahr hinweg hat die Aktie mehr als 31 Prozent zugelegt – wir hoffen, dass Sie mit diesem Wertzuwachs zufrieden sind.

Meine sehr geehrten Aktionärinnen und Aktionäre,
an dieser Stelle möchte ich auf die Tagesordnungspunkte 2 (Dividende), 6 (Wahl der Aufsichtsratsmitglieder), 7 (neues genehmigtes Kapital) und 8 (Erwerb eigener Aktien) eingehen.

Zum Tagesordnungspunkt 2 „Beschlussfassung über die Verwendung des Bilanzgewinns des Geschäftsjahrs 2004“ habe ich schon einiges gesagt.

In meinem Bericht habe ich die Cashflow-Stärke von TAKKT erläutert. Durch unser perfektioniertes Systemgeschäft besteht zudem ein relativ geringer Investitionsbedarf und mit einer Eigenkapitalquote von nahezu 40 Prozent sind wir gut finanziert.

Wir wollen Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, am Erfolg teilhaben lassen und schlagen deshalb eine 50-prozentige Erhöhung der Dividende von 10 auf 15 Cent pro Stückaktie vor.

Die Ausschüttungsquote beträgt damit mehr als 33 Prozent. Vorstand und Aufsichtsrat bitten um Ihre Zustimmung.

Ich komme nun zum Tagesordnungspunkt 6 „Wahl der Aufsichtsratsmitglieder“:

Dieser Tagesordnungspunkt wurde in der Ihnen vorliegenden Einladung zur heutigen Versammlung ausführlich beschrieben und erläutert. Ich werde mich deshalb mit meinen Ausführungen auf das Wesentliche beschränken.

Erstens:

Die Wahl der Mitglieder steht turnusgemäß an. Alle derzeitigen Mitglieder stellen sich zur Wiederwahl. Der Vorstand unterstützt die Wiederwahl, weil durch die profunden Kenntnisse des Gremiums eine positive Weiterentwicklung der TAKKT-Gruppe gewährleistet ist.

Zweitens:

Die Nachfolge des verstorbenen Aufsichtsratsmitglieds Herr Günther Hülse soll gemäß dem Vorschlag des Aufsichtsrats Herr Professor Dr. Theo Siegert antreten, der Vorstandsvorsitzende der Franz Haniel & Cie. GmbH. Herr Dr. Trützscher wird vor der Wahl zum Aufsichtsrat Herrn Prof. Dr. Siegert die Gelegenheit geben, sich vorzustellen.

Der Vorstand unterstützt den Vorschlag des Aufsichtsrats.

Drittens:

Die Wahl der Aufsichtsratsmitglieder soll – wie es die Satzung erlaubt – bis zur Hauptversammlung, die über die Entlastung des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2006 beschließt, erfolgen.

Ich weise nochmals darauf hin, dass Sie an die Wahlvorschläge der Verwaltung und des Aufsichtsrats nicht gebunden sind.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

Vorstand und Aufsichtsrat erbitten außerdem Ihre Zustimmung zum Tagesordnungspunkt 7 „Beschlussfassung über die Aufhebung des bestehenden genehmigten Kapitals und die Schaffung eines neuen

genehmigten Kapitals in Höhe von 36.450.000 Euro sowie die damit zusammenhängende Satzungsänderung.“

Die Ermächtigung, die Sie uns vor fünf Jahren erteilt haben, läuft am 31. Mai 2005 aus. Unter Aufhebung des bisherigen genehmigten Kapitals soll ein neues genehmigtes Kapital in gleicher Höhe geschaffen werden. Dadurch wollen wir uns die Möglichkeit eröffnen, bei größeren Akquisitionen schnell mit Kapitalmaßnahmen reagieren zu können.

Ich komme nun zum letzten Tagesordnungspunkt.

Die Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien gemäß § 71 Absatz 1 Nr. 8 Aktiengesetz zielt in dieselbe Richtung wie Tagesordnungspunkt sieben.

Der Erwerb eigener Aktien ist in erster Linie dazu gedacht, einen eventuellen Kauf von Unternehmen, Unternehmensanteilen oder Unternehmensbeteiligungen zu erleichtern. Wir erhalten dadurch mehr finanzielle Flexibilität – und das erspart uns unter Umständen teure Lösungswege. Wir beabsichtigen auch weiterhin nicht, das Programm zum Einzug von Aktien zu nutzen. Es dient auch nicht als Aktienoptionsprogramm.

Mit diesem Beschluss – die Bestandteile der Ermächtigung sind im Wesentlichen unverändert gegenüber dem Beschluss des vergangenen Jahres – wollen wir die auslaufende Ermächtigung erneut um 18 Monate verlängern. Auch bei diesem Vorhaben bitten die Verwaltung und der Aufsichtsrat um Ihre Zustimmung.

Corporate Governance

Bevor ich Ihnen unsere Erwartungen für das Geschäftsjahr 2005 schildere, möchte ich das Thema Corporate Governance ansprechen. Für uns, das Management von TAKKT, hat es seit jeher höchsten Stellenwert, das Unternehmen transparent und verantwortungsvoll zu führen. Aus diesem Grund bekennen wir uns auch ausdrücklich zu den Regelungen des Deutschen Corporate Governance Kodex, dessen Empfehlungen TAKKT bis auf die zwei folgenden Ausnahmen vollständig einhält.

Da der Aufsichtsrat der TAKKT AG vergleichsweise klein ist, sehen wir nach wie vor keinen Bedarf, einen Prüfungsausschuss für das Gremium einzurichten.

Außerdem werden wir keine individualisierten Angaben über die Vergütung der Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder machen. Wir sind davon überzeugt, dass individualisierte Angaben nur unwesentlich mehr aussagen als die Summe der Bezüge. Sie würden jedoch die Privatsphäre der Gremiumsmitglieder beeinträchtigen.

Unsere Entsprechenserklärung finden Sie im vollen Wortlaut auf unserer Website und im Geschäftsbericht.

Meine Damen und Herren,

noch ein paar Worte zu den nicht abreißen Diskussionen über eine individuelle Veröffentlichung aller Bezüge und Nebenleistungen von deutschen Vorständen.

Das Beispiel der USA zeigt deutlich, wozu eine solche Offenlegung führt: Die Bezüge sinken nicht, sondern sie gleichen sich trotz unterschiedlicher Leistungen nach oben an – weil jeder genauso viel verdienen will wie sein Kollege. Das wäre eine teuer erkaufte Transparenz – vor allem auch für Sie, meine Damen und Herren Aktionäre.

Zugleich würde eine Offenlegung das Recht auf informationelle Selbstbestimmung verletzen: Dies zeigt sich bspw. in einem Urteil des Bundesverfassungsgerichts, nach dem jeder Mensch das Recht hat, selbst über die Preisgabe und Verwendung seiner persönlichen Daten zu bestimmen. Zudem heißt es auch im Gesetz, dass keine Angaben gemacht werden müssen, die individuelle Gehälter offen legen. Wer nachlesen möchte, den verweise ich auf § 286.4 des Handelsgesetzbuchs.

Wir sollten die monatelange Diskussion über dieses Thema daher rasch beenden – unsere Gesellschaft hat wesentlich wichtigere Probleme zu lösen.

Ausblick 2005: Zahlen Q1

Damit sind wir bei meinem letzten Thema, dem Ausblick auf 2005. Wie wird sich das Geschäft von TAKKT in diesem Jahr entwickeln?

Ein erster Trend lässt sich aus den Zahlen für das erste Quartal ablesen, die wir vor wenigen Tagen veröffentlicht haben.

Der Umsatz der TAKKT-Gruppe stieg im ersten Quartal 2005 um 3,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr – währungsbereinigt waren es

4,8 Prozent mehr. Bereinigt man den Umsatz zusätzlich noch um Arbeitstage, beträgt der Zuwachs sogar mehr als sechs Prozent. Eine erfreuliche Zahl.

Vergleicht man jedoch die Wachstumsrate des ersten Quartals 2005 mit der des vierten Quartals 2004, muss man eine Abflachung feststellen. Die Ursache für den Performance-Rückgang ist die konjunkturelle Entwicklung in Europa. Die sich mehr und mehr verschlechternde Stimmung verhindert einen nachhaltigen Aufschwung.

Der rückläufige Konsum – das Resultat eines immer schwieriger werdenden Arbeitsmarkts – hat negative Auswirkungen auf die Investitionsbereitschaft. Hinzu kommen die Reformunwilligkeit aller Parteien und gravierende handwerkliche Fehler der Europäischen Union bei der Osterweiterung.

In großer Hektik wird jetzt nach Mindestlöhnen gerufen. Unternehmen werden an den Pranger gestellt, wenn sie Subventionen und niedrige Steuersätze in Anspruch nehmen.

Die allgemeine Verunsicherung ist kaum noch zu steigern. Zusätzlich wird mit Halbwahrheiten die Lage schön geredet.

Ein Beispiel dafür ist die Aussage: „Solange wir Exportweltmeister sind, können unsere Kosten nicht zu hoch und die Bürokratie nicht das Hemmnis sein.“

Dabei wird aber verschwiegen, dass wir nur durch die Verlagerung von Arbeitsplätzen Exportweltmeister sind. Denn das deutsche Auto, das Sie fahren, wird heute zum größten Teil in anderen Ländern produziert. Nur die Montage findet noch in Deutschland statt. Überspitzt formuliert: Wir sind Exportweltmeister im Rechnungen schreiben. Dadurch schaffen wir aber keine Arbeitsplätze.

Wir – die TAKKT AG – werden Deutschland nicht den Rücken kehren. Unsere größten Entwicklungsmöglichkeiten liegen aber mit Sicherheit im Ausland.

Doch zurück zur Gegenwart, zum Geschäftsjahr 2005:

Unser Ziel war es seit jeher, besser zu sein als der Durchschnitt, besser zu sein als der Wettbewerb. Auch wenn die deutsche Wirtschaft in diesem Jahr nur um 0,7 Prozent wachsen sollte: Wir wollen stärker zulegen. Wie berichtet, ist uns das im ersten Quartal 2005 wieder gelungen.

Neben dem Umsatz stiegen auch der Rohertrag und die Rohertragsmarge. Und obwohl wir unser Werbebudget nennenswert erhöht haben, konnten wir durch stabile Personal- und Sachkosten das EBITA im ersten Quartal um 6,2 Prozent verbessern.

Im Gegensatz zu den vergangenen Jahren hat sich beim Umsatzwachstum die interne Rangliste von TAKKT verschoben.

Spitzenreiter ist die Topdeq-Gruppe mit einem Umsatzanstieg von 12,2 Prozent. Im Zuge dieser Geschäftsausweitung hat Topdeq ein EBITA von

1,0 Millionen Euro verbucht. Im Vorjahresquartal erwirtschaftete der Geschäftsbereich noch ein Ergebnis von lediglich 0,3 Millionen Euro.

An zweiter Stelle liegt K + K America: Das Geschäft entwickelte sich weiter auf dem guten Niveau von 2004. Auf US-Dollar-Basis stieg der Umsatz um 6,9 Prozent. Alle Gesellschaften haben zu diesem Wachstum beigetragen. Das Quartalsergebnis auf EBITA-Ebene erhöhte sich überproportional um 17,2 Prozent auf 9,7 Millionen US-Dollar.

KAISER + KRAFT EUROPA hat den Umsatz um 2,5 Prozent gesteigert. Das EBITA liegt nahezu unverändert bei 17,4 Millionen Euro. Mit 17,3 Prozent Marge ist KAISER + KRAFT EUROPA weiter die profitabelste Gruppe im TAKKT-Portfolio.

Lassen Sie mich an dieser Stelle noch einmal kurz auf unser Projekt „Perfect Service“ zurückkommen. Unsere niederländische Tochtergesellschaft „Vink Lisse“ hat den Unternehmerpreis „sterkste Schakel“ für den besten Service erhalten. An dem Wettbewerb nahmen mehr als 31.500 Unternehmen teil.

Vink Lisse – wen wundert es – ist unsere profitabelste Gesellschaft in einem derzeit schwierigen holländischen Markt. Wir gratulieren dem Team für die gute Leistung!

Ausblick 2005: vorsichtig optimistisch

Das erste Quartal verlief nach Plan. Die Frage ist nun, wie geht es in den kommenden Monaten weiter? Wie wird sich das konjunkturelle Umfeld entwickeln?

Für das gesamte Jahr 2005 zeichnet sich eine Abschwächung der weltweiten Konjunktur ab: Experten rechnen damit, dass die Wachstumsraten der Volkswirtschaften niedriger sein werden als 2004. So soll das Bruttoinlandsprodukt der Eurozone um 1,8 Prozent oder weniger steigen. Die Wirtschaft in den USA legt voraussichtlich um 3,3 Prozent zu; das wäre ein deutlich geringerer Zuwachs als noch im vergangenen Jahr. Da für TAKKT insbesondere die Veränderungen der Wachstumsraten wichtige Indikatoren sind, erwarten wir in Nordamerika und speziell in Europa kaum konjunkturelle Impulse. Vor allem in Deutschland ist noch kein nachhaltiges Wirtschaftswachstum zu erkennen.

Was sind die Gründe dafür?

Ursachen gibt es viele – einige habe ich schon erwähnt:

- die großen Haushaltsdefizite diesseits und jenseits des Atlantiks,
- die hohen Rohstoffpreise,
- das ungünstige Wechselkursverhältnis des Euro zum US-Dollar
- und die Untätigkeit der Regierungen in der Wirtschaftspolitik.

Ausblick 2005: Expansion und Perfect Service im Vordergrund

Meine Damen und Herren,

trotz der konjunkturellen Situation sind wir bei TAKKT vorsichtig optimistisch. Unsere solide Ertrags- und Finanzlage gibt uns eine gute Ausgangsbasis, um weiter zu wachsen: Im Jahr 2005 konzentrieren wir

uns darauf, unser erfolgreiches Geschäftsmodell auf aussichtsreiche Märkte zu übertragen. In den kommenden Monaten werden fünf neue Gesellschaften auf drei Kontinenten das operative Geschäft aufnehmen.

Ein besonders spannendes Projekt ist dabei die Gründung von KAISER + KRAFT China. Die erfreuliche Entwicklung unserer japanischen Gesellschaft zeigt, dass unser Geschäftsmodell auch in Asien gut funktioniert. Daher wollen wir jetzt von den Chancen der aufstrebenden chinesischen Wirtschaft profitieren. Wenn die Behörden die notwendigen Genehmigungen erteilen, werden wir den ersten Katalog im Herbst 2005 versenden. Das Land der Mitte ist jedoch nicht nur als Absatzmarkt, sondern auch für den Einkauf interessant. KAISER + KRAFT EUROPA und K + K America werden künftig verstärkt Produkte aus China beziehen – immer vorausgesetzt, die Artikel erfüllen die hohen Qualitätsanforderungen von TAKKT.

Darüber hinaus ist KAISER + KRAFT jetzt auch in der Türkei vertreten. Das neue Tochterunternehmen mit Sitz im Großraum Istanbul bietet die erfolgreichsten Artikel aus dem Sortiment von KAISER + KRAFT an. Diese Woche versendet die Gesellschaft die ersten Kataloge in der wirtschaftlich bedeutendsten Region des Landes, die zwischen den Metropolen Istanbul, Izmir und Ankara liegt.

Die dritte Neugründung unseres Geschäftsbereichs KAISER + KRAFT EUROPA ist KWESTO Rumänien. Die auf Osteuropa spezialisierte Marke KWESTO wird in dem Land der erste namhafte B2B-Versandhändler sein – beste Voraussetzungen, um den Markt als Pionier entscheidend zu

prägen. Den ersten Katalog will das Unternehmen im Herbst 2005 versenden.

Topdeq erschließt ebenfalls einen neuen Markt. Der Geschäftsbereich wird eine Gesellschaft im Großraum Brüssel gründen. Dank des neuen Warenwirtschaftssystems kann das Unternehmen seinen belgischen Kunden einen 24-Stunden-Lieferservice bieten: Die Kunden erhalten die Produkte direkt aus dem Versandhandelszentrum in Pfungstadt. Die ersten Kataloge in französischer und flämischer Sprache werden in den nächsten Tagen versandt.

Und auch bei K + K America ist das Thema Expansion wieder aktuell. Vor drei Jahren hatte das US-Tochterunternehmen Hubert erstmals einen Katalog nach Kanada versandt. Inzwischen hat sich das Geschäft so gut entwickelt, dass Hubert 2005 eine Gesellschaft im Großraum Toronto gründen wird.

Alle fünf Neugründungen haben eines gemeinsam: Sie fangen nicht bei Null an, sondern übernehmen die bewährten Sortimente und Systeme ihrer jeweiligen Marken. Ein enormer Vorteil, denn das Risiko ist dadurch gering und der Aufwand relativ überschaubar.

Doch nicht nur in Sachen Marktpräsenz haben wir uns für 2005 ehrgeizige Ziele gesetzt: Bei der Qualität wollen wir ebenfalls weiter zulegen. Wir werden das Projekt „Perfect Service“ deshalb konsequent fortsetzen. Sie sehen, wir haben in diesem Jahr noch viel vor.

Welche Zahlen erwartet der TAKKT-Vorstand vor diesem Hintergrund für 2005?

Wir gehen davon aus, dass TAKKT ein währungsbereinigtes organisches Wachstum von mindestens drei Prozent erreichen wird.

Die Investitionen in die Neugründungen werden sich auf den Umsatz mit rund 0,5 Prozent auswirken. Anders sieht es bei der Profitabilität aus. Dadurch, dass wir mit fünf neuen Gesellschaften an den Start gehen, belasten die planmäßigen Vorlauf- und Katalogkosten unsere Profitabilität.

Die EBITA-Marge wird durch Verbesserungen bei den etablierten TAKKT-Gesellschaften aber trotzdem erneut zwischen neun und elf Prozent liegen.

Wir rechnen sogar mit einem Wert in der oberen Hälfte dieses Zielbereiches, das heißt zehn Prozent plus.

Gute Gründe, in TAKKT zu investieren

Meine Damen und Herren,

ich bin davon überzeugt, dass wir hervorragend aufgestellt sind, um die Erfolgsgeschichte der TAKKT AG in den kommenden Jahren fortzuschreiben. Wir haben ein erfolgreiches, zukunftsorientiertes Geschäftsmodell – die Zahlen für 2004 belegen das eindrucksvoll. Mit den Neugründungen und dem Projekt Perfect Service legen wir die Basis

dafür, um weiter dynamisch zu wachsen und unsere Marktposition auszubauen. Dafür werden wir – das Management und die Mitarbeiter – unsere ganze Arbeitskraft und unser Können einsetzen. Es lohnt sich deshalb, in TAKKT zu investieren.

Mit dieser erfreulichen Perspektive möchte ich meine Ausführungen beenden.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!