

7. Hauptversammlung der TAKKT AG am 31. Mai 2006 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,
meine sehr geehrten Damen und Herren,

ich begrüße Sie sehr herzlich im Namen des gesamten Vorstands zur siebten Hauptversammlung der TAKKT AG. Zu Beginn möchte ich kurz zusammenfassen, was Sie heute erwartet. Zunächst erfahren Sie von mir, wie sich das Geschäft der TAKKT AG im vergangenen Jahr entwickelt hat. Anschließend werde ich Ihnen die Zahlen für das erste Quartal 2006 und unsere Prognose für das gesamte Jahr vorstellen. Außerdem möchte ich Sie über drei Themen ausführlicher informieren:

- unseren Eintritt in neue Märkte
- die Übernahme der NBF-Gruppe
- und die strategischen Erfolgsfaktoren der TAKKT AG.

TAKKT 2005: Erwartungen übertroffen

Beginnen wir mit dem Geschäftsverlauf 2005. Hier kann ich zusammenfassend sagen: Wir haben unsere Ziele deutlich übertroffen. So ist der Umsatz nicht wie erwartet währungsbereinigt um drei Prozent gestiegen – sondern um annähernd das Doppelte.

Auch die Ertragskennzahlen haben 2005 weiter zugelegt und wir haben unsere Profitabilität erneut deutlich verbessert. Die EBITA-Marge liegt oberhalb unseres langfristigen Zielbereichs von neun bis elf Prozent. Und das, obwohl für die Gründung neuer Gesellschaften – wie geplant – höhere Anlaufkosten als im Vorjahr notwendig waren.

Aufgrund der hohen Ertragskennzahlen waren wir in der Lage, die Schulden um 41,6 Millionen Euro zu reduzieren. Dadurch wiederum haben wir es geschafft, die Eigenkapitalquote zu stärken.

TAKKT 2005: Highlights

Soweit die nüchternen Zahlen. Dahinter stehen spannende Ereignisse, die belegen, dass TAKKT den Wettbewerbern voraus ist. Nehmen wir zum Beispiel Vink Lisse, das niederländische Tochterunternehmen von KAISER + KRAFT EUROPA: Im vergangenen Jahr erhielt es den Unternehmerpreis „Sterkster Schakel 2005“. Vink Lisse wurde von Unternehmen für den hervorragenden Service ausgezeichnet. Für uns ist dies der beste Beweis: Es zahlt sich aus, dass TAKKT den Service kontinuierlich optimiert. Diesen Weg werden wir auch in Zukunft konsequent weitergehen.

Ein weiteres wichtiges Highlight des Jahres 2005 war die erfolgreiche Änderung der Katalogstrategie in der KAISER + KRAFT-EUROPA-Gruppe. Anstatt zweimal pro Jahr werden in Zukunft drei Kataloge pro Jahr verschickt. Neben dem zusätzlichen Impuls können wir unter anderem schneller neue Produkte platzieren und die Verkaufspreise an die Marktlage anpassen.

Sie sehen hier Asiens höchsten Fernsehturm: den Oriental Pearl Tower. Er steht mitten in Pudong, dem Wirtschafts- und Hightech-Viertel von Shanghai. Sie fragen sich jetzt vermutlich, warum ich Ihnen dieses Bild zeige. Nun, in Shanghai besitzt TAKKT seit 2005 einen weiteren Standort.

Unser Geschäftsbereich KAISER + KRAFT EUROPA hat im vergangenen Jahr den Schritt nach China gewagt. Ein Land, in das auch viele unserer Kunden aus Europa und Nordamerika investieren – und das deshalb viel Potenzial für TAKKT birgt. Im

Oktober 2005 haben wir die Genehmigung erhalten, eine Gesellschaft in Shanghai zu gründen. Damit sind wir das erste westliche Unternehmen im B2B-Versandhandel, das eine Lizenz für den Vertrieb von Büro- und Betriebsausstattung in ganz China besitzt. Auf dieses Privileg sind wir sehr stolz. Im Februar 2006 wurde der 1. Katalog an Interessenten im Großraum Shanghai verschickt. Der Erfolg liegt über unseren Erwartungen.

Auch in Europa hat KAISER + KRAFT EUROPA sein Engagement weiter verstärkt und sein Geschäftsmodell auf neue, aussichtsreiche Märkte übertragen. Bereits im Mai des vergangenen Jahres ist die neu gegründete Gesellschaft in der Türkei mit ihrem operativen Geschäft gestartet. Ausgehend von der Metropole Istanbul deckt KAISER + KRAFT EUROPA nun die wirtschaftlich bedeutende Region um Istanbul, Izmir und Ankara ab.

KWESTO, das osteuropäische Tochterunternehmen von KAISER + KRAFT EUROPA, hat seine Expansion 2005 weiter fortgesetzt. Seit September können Kunden in Rumänien ihre Büro-, Betriebs- und Lagerausstattung bei dem Versandhändler bestellen. Die Zahl der Aufträge liegt auch dort über unseren Erwartungen.

Topdeq hat ebenfalls erfolgreich expandiert. Seit Mai 2005 besitzt der Geschäftsbereich eine Gesellschaft in Belgien. Diese Neugründung hat für eine höhere Auslastung unseres Versandhandelszentrums in Pfungstadt gesorgt. Denn die belgischen Kunden von Topdeq werden aus Deutschland beliefert. Der Start in Belgien war für Topdeq und für TAKKT insgesamt ein großer Erfolg. Doch, meine Damen und Herren, was noch erfreulicher ist: Nach dem verhaltenen Geschäft in den vergangenen Jahren haben unsere Spezialisten für hochwertige Designmöbel und -accessoires 2005 den Turnaround geschafft. Topdeq ist zweistellig gewachsen – und zwar um zehn Prozent!

Unser dritter Geschäftsbereich, K + K America, hat 2005 gleich auf zwei Wegen erfolgreich expandiert. Erstens durch eine Neugründung und zweitens durch eine Akquisition:

Im Juni hat die neue Gesellschaft von Hubert in Kanada wie geplant die Vertriebsaufgaben für den kanadischen Markt übernommen. Diese lagen zuvor in der Hand von Hubert in den USA. Nach dieser Neugründung gab es dann im November eine wichtige Akquisition: TAKKT unterzeichnete den Kaufvertrag für das amerikanische Unternehmen National Business Furniture, kurz NBF. Seit dem 2. Januar 2006 ist es Teil unseres Geschäftsbereichs K + K America. Ich werde Ihnen NBF an späterer Stelle noch ausführlich vorstellen.

Nicht nur bei den Geschäftsbereichen, auch bei der Holding selbst, der TAKKT AG, gab es 2005 Highlights. Die Beispiele, die ich Ihnen nun nenne, sind vor allem Beleg dafür, dass wir uns stets an Ihren Interessen, also denen der Aktionärinnen und Aktionäre, orientieren. Dazu gehörte sicherlich, dass wir bei der Hauptversammlung des vergangenen Jahres empfohlen haben, die Dividende um 50 Prozent zu erhöhen.

Doch wir legen nicht nur größten Wert darauf, Sie angemessen am Erfolg des Unternehmens zu beteiligen. Ebenso wichtig ist es, Sie schnell und kompetent über die Geschäftsentwicklung zu informieren. Ich weiß aus vielen Gesprächen mit Aktionären, dass Sie unsere Finanzkommunikation sehr schätzen. Und auch von externer Seite wurde unsere Investor-Relations-Arbeit positiv bewertet: TAKKT hat im vergangenen Jahr beim renommierten Investor-Relations-Preis des Magazins „Capital“ den dritten Platz belegt. Natürlich werden wir uns auf diesem Erfolg nicht ausruhen. Im Gegenteil: Dieser Preis ist für uns Ansporn, unsere Arbeit in Ihrem Sinne noch weiter zu verbessern.

Vertiefungsthema Neugründungen

Meine Damen und Herren,

Belgien, China, Kanada, Rumänien und die Türkei: Wie Sie gerade gehört haben, sind wir bei der Internationalisierung im vergangenen Jahr einen großen Schritt weitergekommen. Und damit sind wir beim ersten Schwerpunktthema meiner Rede: dem Eintritt in neue Märkte durch Neugründungen. Was sind nun die Vorteile dieser Strategie?

Ich verrate Ihnen kein Geheimnis, wenn ich sage, dass Expansion heute die beste Möglichkeit ist, um den Geschäftserfolg auszubauen. Wir sind dabei in einer besonders guten Ausgangslage, weil sich unser Systemgeschäft relativ risikolos auf neue Märkte übertragen lässt. Die Kosten sind überschaubar, denn wir müssen unsere Kataloge in der Regel nur geringfügig anpassen und können bestehende Strukturen nutzen.

All das zahlt sich aus: Die Neugründungen der letzten fünf Jahre haben 2005 rund 13 Millionen Euro Umsatz erwirtschaftet.

Natürlich mussten wir erst investieren, bevor wir diese Zahlen erreichen konnten. Bei TAKKT sind – wie gesagt – vor allem Investitionen in Kataloge nötig, denn sie sind das Instrument, über das wir potenzielle Abnehmer ansprechen und so sukzessiv einen Kundenstamm aufbauen.

Im Jahr 2005 betrugen die Anlaufverluste rund 3,0 Millionen Euro. Kumuliert liegt die Summe bei 6,6 Millionen Euro in diesem Zeitraum. Trotz dieser Verluste liegen die Vorteile der Neugründungen auf der Hand:

Neue Gesellschaften können die bereits vorhandenen zentralen Infrastrukturen nutzen. Wir haben die Garantie, dass das Geschäft in den neuen Märkten zu 100 Prozent so aufgebaut wird, wie es unserem Standard entspricht. Und mit jeder Neugründung erhöht sich unsere Einkaufsmacht und die Fixkosten verteilen sich auf eine breitere Basis.

Damit steht außer Frage, dass wir auch weiterhin die Chance nutzen werden, unseren Erfolg durch Neugründungen auszubauen.

Umsatz: währungsbereinigtes Wachstum von 5,9 Prozent

Dass wir in Neugründungen investieren, wirkt sich langfristig positiv auf unseren Umsatz aus. Im Berichtsjahr 2005 haben wir 773,2 Millionen Euro erwirtschaftet.

Bereinigt um die in diesem Jahr nur schwachen Auswirkungen der Wechselkurschwankungen sind das 5,9 Prozent mehr als im Vorjahr. Möglich war dieses Wachstum, weil sich die Zahl der Aufträge ebenso erhöht hat wie der durchschnittliche Auftragswert. Zudem konnten wir wieder zahlreiche neue Kunden gewinnen.

Der Umsatzanstieg ist auch deshalb so erfreulich, weil wir ihn trotz einer sich abschwächenden konjunkturellen Entwicklung in unseren Kernmärkten erreicht haben. Sowohl in Nordamerika als auch in Europa ist das Wirtschaftswachstum im Vergleich zum Jahr 2004 zurückgegangen. Dass wir gegen den Konjunkturtrend wachsen konnten, liegt neben den erwähnten Neugründungen im Wesentlichen an drei Faktoren:

Erstens an unserem Produktprogramm, das wir 2005 wieder erweitert und optimiert haben. Zweitens ist es uns gelungen, innerhalb einer Kundenadresse die Zahl der Besteller zu erhöhen. Das bedeutet: Bei einer Firma gibt es nun noch mehr Mitarbeiter, die uns Aufträge erteilen. Damit haben wir den Wert der einzelnen Adressen deutlich gesteigert. Und drittens haben wir unseren Service – wie erwähnt – weiter verbessert.

Umsatz: diversifiziertes Portfolio

Was macht uns so erfolgreich? Der größte Vorteil ist sicherlich, dass wir breit aufgestellt sind. Unsere drei Geschäftsbereiche richten sich an Kunden aus verschiedensten Branchen. Und durch unsere Präsenz in mehr als 25 Ländern können wir Konjunkturschwankungen in einzelnen Märkten leichter auffangen.

In unserem Heimatmarkt Deutschland haben wir im vergangenen Jahr 23,8 Prozent unseres Gesamtumsatzes erwirtschaftet. Die übrigen europäischen Märkte trugen mit 36,4 Prozent zum Umsatz bei. Leicht zugelegt hat der Anteil der Gesellschaften in Nordamerika: auf 39,5 Prozent. Großes Wachstumspotenzial steckt in den Gesellschaften in Japan und Mexiko, die auf dem Chart als „Sonstige“ aufgeführt sind. 2005 trugen sie mit 0,3 Prozent zum Umsatz bei. Das klingt wenig. Wenn man aber bedenkt, dass der Anteil 2004 noch bei 0,1 Prozent lag, ist die Richtung klar: Asien und Mittelamerika sind die Regionen, in denen wir in Zukunft überproportional wachsen werden.

E-Business bei TAKKT: stetig steigende Bedeutung

Einen immer größeren Teil unseres Umsatzes erzielen wir über Online-Bestellungen. In den vergangenen fünf Jahren ist der Anteil im Schnitt um 30 Prozent gestiegen. 2005 haben wir schon rund neun Prozent unserer Erlöse über das Internet erwirtschaftet. Das entspricht etwa 70 Millionen Euro, Tendenz weiter steigend.

E-Business bei TAKKT: stetig steigende Bedeutung

Das Angebot umfasst bislang Online-Shops, also die Bestellmöglichkeit direkt über unsere Homepage. Darüber hinaus bieten wir E-Procurement-Lösungen an. Dafür integriert TAKKT einen maßgeschneiderten Online-Katalog in das Intranet des Kunden.

Viele unserer Kunden sind von unseren elektronischen Katalogen begeistert. Damit noch mehr davon erfahren, werden wir die Vermarktung weiter ausbauen. Für das laufende Jahr ist geplant, die Werbung in bekannten Suchmaschinen wie google zu intensivieren.

Werbung allein reicht natürlich nicht aus. Genauso wichtig ist es, dass wir unseren Online-Service weiter an die Bedürfnisse der Kunden anpassen. Deshalb wird noch dieses Jahr die Seite www.eproczone.com online gehen. Vereinfacht ausgedrückt ist dies eine abgespeckte Variante des E-Procurement und einer Internet-Plattform, die wir vor allem für kleine und mittlere Unternehmen entwickelt haben. Dabei muss der Kunde keine teure Lösung erwerben, um beispielsweise Einkaufsprozesse und entsprechende Genehmigungen im eigenen Unternehmen abzubilden. Über E-Proczone bieten wir all dies aus einer Hand – und das kostenlos.

EBITA: Marge oberhalb des Zielkorridors von neun bis elf Prozent

Sehr geehrte Damen und Herren,
schauen wir uns nun an, wie sich die Profitabilität der TAKKT AG entwickelt hat. Das EBITA, also das Ergebnis vor Zinsen, Steuern sowie Abschreibungen auf Geschäfts- und Firmenwerte, hat 2005 trotz der Investitionen in Neugründungen ein Rekordniveau erreicht. Mit 11,5 Prozent liegt die EBITA-Marge erstmals über unserem langfristigen

Zielbereich von neun bis elf Prozent. Basis für diesen Erfolg ist die Rohertragsquote, die durch weitere Optimierung im Einkaufsbereich von 40,8 auf 41,4 Prozent gestiegen ist. Zudem wurde die Infrastruktur noch besser ausgelastet und wir haben die Abwicklungskosten weiter gesenkt.

Periodenergebnis: Zuwachs bei konstanter Steuerquote

Die gerade beschriebenen Faktoren haben sich auch auf das Periodenergebnis der TAKKT AG ausgewirkt. Zusätzlich wirkte sich die geringere Verschuldung und im Zuge dessen ein verbessertes Zinsergebnis positiv aus.

Ein weiterer Grund für die Ergebnisverbesserung ist der internationale Rechnungslegungsstandard IFRS 3, den wir 2005 erstmals angewendet haben. Entsprechend sind auf Geschäfts- und Firmenwerte keine planmäßigen Abschreibungen mehr vorzunehmen. Im Vorjahr betragen diese noch 15,7 Millionen Euro.

Statt der planmäßigen Abschreibung werden Geschäfts- und Firmenwerte jährlich einem Werthaltigkeitstest unterzogen. Aufgrund der Cashflow-Stärke des TAKKT-Geschäfts gab es im Jahr 2005 keinen Bedarf für solche außerordentlichen Abschreibungen.

Die Steuerquote lag stabil bei 36 Prozent. Dies alles führte dazu, dass wir mit 50,4 Millionen Euro das beste Periodenergebnis aller Zeiten erreicht haben!

Cashflow: Hohes Niveau belegt Ertragskraft

Und damit nicht genug der Rekorde. Auch unser Cashflow ist höher als jemals zuvor. Er betrug 65,5 Millionen Euro, was 8,5 Prozent des Konzernumsatzes entspricht.

Diesen Cashflow haben wir dazu verwendet, in weiteres Wachstum zu investieren, unsere Schulden zu senken und natürlich auch, um die im letzten Jahr deutlich erhöhte Dividende an Sie, liebe Aktionäre, auszuzahlen. Die Investitionen lagen mit 8,9 Millionen Euro innerhalb unseres langfristigen Zielkorridors von ein bis zwei Prozent des Umsatzes.

Motivierte Mitarbeiter ermöglichen Produktivitätssteigerung

Ich will an dieser Stelle betonen, wer maßgeblich zum Erfolg von TAKKT beiträgt: Es sind die vielen kompetenten und motivierten Mitarbeiter. Aufgrund ihrer Leistung hat TAKKT seine Produktivität im Jahr 2005 erneut gesteigert. Für ihr Engagement danke ich den Mitarbeitern sehr herzlich.

Um die künftigen Herausforderungen zu meistern, brauchen wir noch mehr motivierte Mitarbeiter. Deshalb haben wir die Zahl der Vollzeitbeschäftigten bereits zum Jahresende 2005 auf 1.868 erhöht. Für die neu gegründeten Gesellschaften wurden 23 zusätzliche Mitarbeiter eingestellt.

In Deutschland beschäftigten wir zum 31.12.2005 629 Mitarbeiter, 6 weniger als ein Jahr zuvor. Aufgrund des guten Geschäftsverlaufs im ersten Quartal 2006 wurden insgesamt 17 Mitarbeiter (ohne NBF) zusätzlich eingestellt. 7 davon in den deutschen Gesellschaften.

Genug der Zahlen, kommen wir zu den Menschen. Stellvertretend für die vielen engagierten Mitarbeiter möchte ich Ihnen zwei Persönlichkeiten vorstellen, die TAKKT mit geprägt haben.

Das erste Beispiel ist Gabriele Feldweg. Sie hat vor 41 Jahren bei der TAKKT AG angefangen. Sie war Chefsekretärin von fast allen Vorstandsvorsitzenden – von Helmut Kraft bis schließlich zu mir. Ich finde, dies zeugt von einem außerordentlich hohen Maß an Flexibilität. Schließlich hat jeder Vorstand eine eigene Arbeitsweise. Nach dieser abwechslungsreichen und sicherlich auch oft anstrengenden Zeit verabschiedet sich Frau Feldweg Anfang nächsten Jahres in den wohlverdienten Ruhestand. Dafür wünsche ich ihr alles Gute! Und ich danke ihr für die fantastische Unterstützung.

Auch Alfred Milanello, unser Vorstand für Informatik und Organisation, geht am 30. Juni in Ruhestand. Sein Wirken wird bei der TAKKT noch lange zu spüren sein.

Herr Milanello hat nicht nur ausgezeichnete IT-Kenntnisse, er ist auch betriebswirtschaftlich ein Ass und sorgte mit seinen Lösungen dafür, dass die TAKKT-Gruppe ihr Geschäftsmodell mehr und mehr perfektionieren konnte. Des Weiteren erlaubten es seine IT-Lösungen, unser Geschäftsmodell kostengünstig und schnell in neue Regionen zu übertragen.

Herr Milanello war aber auch ein Vorstand, der die Zeichen der Zeit rechtzeitig erkannte und neue Chancen konsequent nutzte. Ihm ist es zu verdanken, dass wir in Europa der erste B2B-Versandhändler waren, der einen elektronischen Katalog auf CD beziehungsweise im Internet besaß.

Das Internet als Verkaufskanal zu nutzen ist eine Sache. Die Strukturen und Datenübertragungsmöglichkeiten des Internet zur engeren Vernetzung mit unseren Lieferanten, Spediteuren und Kunden zu nutzen ist ein ebenso großer Vorteil für die TAKKT.

Auch hier sind wir Dank der Kenntnisse und Ideen von Herrn Milanello Trendsetter.

Herr Milanello hat die TAKKT-Gruppe aktiv mitgestaltet. Wir sind ihm zu großem Dank verpflichtet.

Mit Frau Feldweg und Herrn Milanello verlassen uns zwei Mitarbeiter, die ich persönlich sehr schätze. Doch trotzdem mache ich mir um die Zukunft keine Sorgen. Denn wir bieten hervorragende berufliche Perspektiven. Es wird uns auch weiterhin gelingen, fähige Mitarbeiter und Führungskräfte an das Unternehmen zu binden. Wir sind auf einem guten Weg: Die TAKKT AG hat im vergangenen Jahr noch mehr Auszubildende eingestellt als 2004. Obwohl wir ein erfolgreiches Geschäftsmodell besitzen und dieses Dank Herrn Milanello – wie eben erwähnt – mehr und mehr perfektioniert haben, sind die Menschen unser größte Kapital. Der Nachwuchs an Führungskräften und gut ausgebildeten Mitarbeiter stehen im Focus unseres Handelns.

Konzernbilanz: Wachstums- und Währungseffekte verlängern Bilanzsumme

Kommen wir nun zur Konzernbilanz: Alle wesentlichen Kennzahlen haben sich im Geschäftsjahr 2005 weiter verbessert. Berücksichtigen Sie dabei bitte, dass sich die Übernahme der NBF-Gruppe noch nicht auf unsere Bilanz ausgewirkt hat. Denn wir haben den Geschäftsbetrieb erst zum 2. Januar 2006 übernommen.

Zum Stichtag, dem 31. Dezember 2005, betrug die Bilanzsumme rund 500 Millionen Euro. Hier hat sich vor allem der stärkere Dollar ausgewirkt. Das langfristige Vermögen belief sich auf 310,3 Millionen Euro. Größter Posten innerhalb dieses Vermögens sind mit 227,5 Millionen Euro die Geschäfts- und Firmenwerte, die sich währungsbedingt erhöhten.

Das Vorratsvermögen legte ebenfalls aufgrund von Währungseffekten zu. Zudem haben wir die Vorräte erhöht, um unseren Lieferservice bei gestiegenen Umsätzen auf hohem Niveau zu halten.

Bei den kurzfristigen Forderungen und Vermögenswerten gab es außer Währungseffekten keine wesentlichen strukturellen Änderungen. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen haben durch das hohe Umsatzvolumen im letzten Quartal des Jahres 2005 zugenommen. Dabei war das Zahlungsverhalten der Kunden stabil: Die Debitoren-reichweite lag im Jahresschnitt wie auch im Jahr 2004 bei rund 40 Tagen.

Konzernbilanz: gestärkte Eigenkapitalquote von 46,1 Prozent

Bei den Passiva sind wir mit den Zahlen ebenfalls sehr zufrieden. Wir haben das Eigenkapital deutlich erhöht und unsere Finanzverschuldung reduziert. Sie betrug zum 31. Dezember 2005 162,2 Millionen Euro. 2004 waren es noch 186,3 Millionen Euro. Im Jahr 2005 haben Währungseffekte, vor allem die des US-Dollars, die Finanzverschuldung um 17,2 Millionen Euro erhöht. Aus unserem Cashflow haben wir Tilgungen in Höhe von 41,6 Millionen Euro vorgenommen.

Kennzahlen pro Aktie: gute Entwicklung im Zeitablauf

Der gute Geschäftsverlauf der TAKKT AG hat sich positiv auf die Kennzahlen pro Aktie ausgewirkt. Der Cashflow pro Aktie beträgt 90 Cent und liegt damit 8,4 Prozent über der Rekordmarke von 2004. Das Ergebnis je Aktie ist mit 68 Cent sehr erfreulich. Im vergangenen Jahr hatten wir die Dividende um 50 Prozent auf 15 Cent pro Aktie erhöht. Diesen Wert werden wir heute erneut vorschlagen. Damit würden Sie, meine sehr geehrten Damen und Herren, wieder angemessen am Erfolg von TAKKT beteiligt. Nun werden sich einige von Ihnen vielleicht fragen, warum wir die Dividende nicht noch einmal erhöhen. Dafür gibt es meines Erachtens gute Gründe.

NBF: Auswirkungen auf Passiva der TAKKT AG

Da die NBF-Gruppe erst zum 2. Januar 2006 übernommen wurde, wirkt sie sich nicht auf die Bilanz zum 31. Dezember 2005 aus. Dennoch hat die Akquisition natürlich Einfluss auf unsere Entscheidung zur Dividende. Denn durch die Übernahme sind Mittel gebunden. Um Ihnen dies zu verdeutlichen, haben wir theoretisch die Auswirkungen durchdacht, wäre die NBF-Gruppe bereits zum Jahresende 2005 erworben worden. Wie Sie sehen, würde die Konzerneigenkapitalquote einschließlich Minderheiten dadurch von 46,6 auf 40,2 Prozent sinken. Dies wäre der gleiche Wert wie zum Bilanzstichtag 2004. Und aus diesem Grund haben wir uns entschieden, eine Dividende vorzuschlagen, die ebenfalls auf dem Niveau des Vorjahrs liegt.

Ein weiterer Grund, die Dividende erst einmal nicht zu erhöhen, sind geplante Akquisitionen. Genauere Informationen dazu möchten wir Ihnen noch in diesem Jahr vorstellen. Soviel schon vorweg: Die Finanzierung ist zwar gesichert, trotzdem wird unsere Verschuldung ansteigen. Deshalb empfehlen wir, die Dividendenhöhe unverändert zu belassen.

TAKKT: Geschäftsbereiche

Sehr geehrte Damen und Herren,
mit diesem Chart möchte ich Ihnen noch einmal kurz in Erinnerung rufen, auf welchen drei Säulen das Geschäft von TAKKT beruht. Es sind die Geschäftsbereiche KAISER + KRAFT EUROPA, Topdeq und K + K America.

Sehen wir uns nun an, wie viel die einzelnen Geschäftsbereiche zum Umsatz und zum Ergebnis der TAKKT AG beigetragen haben.

KAISER + KRAFT EUROPA: Hauptumsatzträger mit hoher Profitabilität

KAISER + KRAFT EUROPA hat mit 401,3 Millionen Euro den höchsten Umsatzanteil erwirtschaftet. Der Geschäftsbereich verbuchte ein Umsatzplus von 5,7 Prozent. Währungsbereinigt sind es 5,5 Prozent. Besonders positiv entwickelten sich die Tochtergesellschaften in Japan, Frankreich und Skandinavien. Aber auch die deutschen Gesellschaften haben sich im Vergleich zum Vorjahr verbessert und erfüllten die Erwartungen. Maßgeblich hat dazu die neue Drei-Katalog-Strategie, die ich zu Beginn meines Vortrags bereits vorgestellt habe, beigetragen.

Die Profitabilität von KAISER + KRAFT EUROPA ist auf sehr hohem Niveau nochmals leicht gestiegen. Wie Sie auf dem Chart sehen, verbesserte sich das EBITA von 61,2 auf 65,6 Millionen Euro. Die EBITA-Marge stieg entsprechend von 16,1 auf 16,3 Prozent. Basis für diesen Anstieg ist eine verbesserte Rohertragsmarge. Dadurch waren wir in der Lage, die gestiegenen Werbeausgaben mehr als auszugleichen.

Die Steigerung der Werbeausgaben hatte zwei Ursachen. Erstens hat KAISER + KRAFT EUROPA seine Katalogauflagen in etablierten Märkten überproportional erhöht. Zweitens waren die planmäßigen Anlaufkosten für unsere Neugründungen in China, Rumänien und der Türkei zu verkräften. Bei diesen Anlaufkosten handelt es sich überwiegend um Katalogkosten zum Aufbau eines Kundenstamms.

Topdeq: Neuausrichtung gelungen

Dem Geschäftsbereich Topdeq ist es 2005 nach vier Jahren erstmals wieder gelungen, beim Umsatz über die Marke von 80 Millionen Euro zu gelangen. Das ist im Vergleich zum Vorjahr eine Steigerung von zehn Prozent. Eine außerordentliche Leistung, zu der bis auf Topdeq Deutschland alle Landesgesellschaften beigetragen haben. Auch die Profitabilität des Geschäftsbereichs ist gestiegen. Die EBITA-Marge verbesserte sich von minus 2,9 auf plus 1,3 Prozent.

Wie hat Topdeq diesen Turnaround geschafft? Zunächst haben sich alle Bereiche auf ihre Kompetenzen konzentriert. Die Zentrale in Pfungstadt stellt für alle Landesgesellschaften die nötige Infrastruktur zur Verfügung. Hier werden beispielsweise die EDV-Anwendungen gepflegt, der Katalog zusammengestellt oder die Internet-Plattform gewartet. Die Landesgesellschaften haben damit den Rücken frei, um sich allein auf die Kunden zu konzentrieren.

Darüber hinaus haben wir das Produktangebot weiter optimiert. Unser Ziel ist es nach wie vor, attraktive Artikel anzubieten. Jedoch wurde beim Sortiment stärker als bisher darauf geachtet, dass alle Produkte die Vorgaben wie gutes Design, fehlerlose Funktion und hohe Qualität einhalten. Getreu dem berühmten Design-Gesetz „form follows function“.

Die Auswirkungen unserer neuen Ausrichtung waren relativ schnell spürbar. Der durchschnittliche Auftragswert ist gestiegen. Gleichzeitig ging die Zahl der Retouren zurück. Da weniger kleine Aufträge abgewickelt werden mussten und auch der Aufwand für Reklamationen gesunken ist, konnten wir das Personal um fünf Prozent reduzieren. Gleichzeitig ist der Umsatz um zehn Prozent gestiegen. Dass sich dies positiv auf die Ertragslage auswirkt, ist die logische Folge davon.

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

Weiterhin auf Erfolgskurs ist K + K America. Trotz der nachlassenden konjunkturellen Dynamik in den USA ist der Umsatz um sechs Prozent gestiegen. Dazu haben alle Tochtergesellschaften beigetragen. Insbesondere Hubert in den USA, Avenue in

Kanada und C&H in Mexiko verbuchten deutliche Zuwächse. Weniger befriedigend verlief das Geschäft bei Conney. Dort arbeiten wir an einer Neupositionierung. Dies betrifft das Produktprogramm, die Kundenbearbeitung, den Katalog und die Lagerstrategie. Auf diese Weise wollen wir sicherstellen, dass auch Conney in Zukunft wieder in Sachen Profitabilität und Wachstum zu den übrigen Gesellschaften aufschließt. Im Geschäftsjahr 2005 hat K + K America außerordentlich profitabel gearbeitet: Das EBITA liegt mit 37,4 Millionen US-Dollar rund zwölf Prozent über dem Wert des Vorjahrs. Grund für diesen Anstieg ist im Wesentlichen eine höhere Rohermargen. Dabei konnte der Geschäftsbereich von einem Struktureffekt profitieren: Die Tochtergesellschaft Hubert hat die höchsten Rohermargen innerhalb von K + K America erzielt und ist – wie schon erläutert – stark gewachsen.

TAKKT-Aktie: Kurssteigerung

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

der Kursverlauf der TAKKT-Aktie ist ein wichtiger Indikator unserer Arbeit – er sollte es zumindest sein. Zwar ist der Kurs der TAKKT-Aktie im Laufe des Jahres 2005 um erfreuliche 22 Prozent gestiegen. Allerdings war der Kapitalmarkt wohl der Meinung, dass die übrigen Unternehmen im SDAX besser gearbeitet haben als TAKKT. Die Meinung hat sich in den letzten Monaten, wie ich meine zu Recht, nicht halten können.

Inzwischen ist das Bild für mich wieder gerade gerückt: Der TAKKT-Kurs ist seit Jahresbeginn um rund 30 Prozent gestiegen und damit hat sich TAKKT in den zurückliegenden Monaten besser entwickelt als der SDAX.

Die Gesamtzahl der Aktien blieb unverändert bei 72,9 Millionen. Die Aktionärsstruktur hat sich nicht verändert. Die Franz Haniel & Cie. GmbH hält weiterhin 72,7 Prozent der Aktien. Die übrigen 27,3 Prozent sind international breit über institutionelle und private Anleger gestreut. Zum 31. Dezember 2005 hatte die TAKKT AG einen Wert von rund 693 Millionen Euro. Im Laufe des Monats Mai war die TAKKT über eine Milliarde Euro wert. Zurzeit liegt die Marktkapitalisierung bei rund 900 Millionen Euro.

TAKKT 2005: Corporate Governance

Als Anteilseigner von TAKKT überprüfen Sie vermutlich täglich den Kursverlauf der Aktie im Börsenteil Ihrer Zeitung. Doch Informationen über den Geschäftsverlauf der TAKKT AG können Sie natürlich nur direkt von uns erhalten. Wir garantieren Ihnen, dass unsere Kommunikation dabei so schnell und transparent wie nur möglich verläuft. Schließlich ist es uns seit jeher ein großes Anliegen, die Interessen der Aktionäre zu wahren. Deshalb haben der Vorstand und der Aufsichtsrat am 31. Dezember 2005 erneut die Entsprechenserklärung zu den Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex abgegeben. Die Regelungen dieses Kodex halten wir bis auf zwei gut begründete Ausnahmen vollständig ein.

Die erste Ausnahme ist: TAKKT macht keine Angaben über die individuellen Bezüge der Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder. Wir veröffentlichen bereits die Summe aller Vergütungen für den Vorstand und den Aufsichtsrat. Personalisierte Informationen würden nur unwesentlich mehr aussagen – jedoch einen Eingriff in die Privatsphäre der Gremiumsmitglieder bedeuten. Entsprechend unterstützt der Vorstand den vom Mehrheitsaktionär Franz Haniel & Cie. GmbH gestellten Antrag ausdrücklich.

Die zweite Ausnahme ist, dass wir nach wie vor keinen Prüfungsausschuss für den Aufsichtsrat einsetzen. Dies ist meiner Ansicht nach kein Nachteil, denn das Gremium ist mit neun Mitgliedern vergleichsweise klein.

Meine sehr geehrten Aktionärinnen und Aktionäre,
lassen Sie mich an dieser Stelle auf die Tagesordnungspunkte der heutigen
Versammlung näher eingehen.

Zum Tagesordnungspunkt 1 – Vorlage des festgestellten Jahresabschlusses – haben Sie gerade von mir alle Informationen erhalten.

Nun zum Tagesordnungspunkt 2: Verwendung des Bilanzgewinns.

Unser Vorschlag, eine unveränderte Dividende in Höhe von 15 Cent pro Stückaktie auszuschütten, beruht auf vier Argumenten:

Erstens: Wir wollen eine berechenbare, nachhaltige Dividendenpolitik betreiben.

Zweitens: Wir sind kein Dividendenwert, aber auch keine Bank.

Drittens: Wir streben eine Balance zwischen der Höhe der Geschäfts- und Firmenwerte auf der Aktivseite der Bilanz und des Konzerneigenkapitals an.

Und schließlich viertens: Wir wollen das gestärkte Eigenkapital für weitere Neugründungen und Akquisitionen einsetzen.

Sofern Sie dem Vorschlag zustimmen, werden von dem ausgewiesenen Bilanzgewinn in Höhe von rund 23 Millionen Euro nach Abzug der Dividende 12.411.591,10 Euro auf neue Rechnung vorgetragen.

Nun zu den Tagesordnungspunkten 3 und 4 – Entlastung des Vorstands beziehungsweise des Aufsichtsrats. Dazu nur eine Bemerkung: Die vorgelegten Zahlen und die Marktstellung von TAKKT sprechen für sich und für die Gremien der TAKKT.

Den Vorschlag des Aufsichtsrats – Tagesordnungspunkt 5 –, die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Steuerberatungsgesellschaft Dr. Ebner, Dr. Stolz & Partner zu Abschlussprüfern und zu Konzernabschlussprüfern der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2006 zu wählen, unterstützt der Vorstand in vollem Umfang.

Gemäß Tagesordnungspunkt 6 steht die Wahl eines Aufsichtsratsmitglieds an. Prof. Dr. Theo Siegert wird sein Mandat zum Ende dieser Versammlung niederlegen.

Der Aufsichtsrat schlägt vor, Dr. Eckhard Cordes, Vorsitzender des Vorstands der Franz Haniel & Cie. GmbH, Duisburg, in den Aufsichtsrat zu wählen. Der Vorstand unterstützt den Wahlvorschlag des Aufsichtsrats und bittet um Ihre Zustimmung.

Ich möchte mich an dieser Stelle ganz herzlich im Namen des gesamten Vorstands bei Ihnen, Herr Prof. Siegert, für Ihre Arbeit im Aufsichtsrat der TAKKT AG bedanken.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
Vorstand und Aufsichtsrat erbitten außerdem Ihre Zustimmung zum
Tagesordnungspunkt 7 – Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien gemäß Paragraph
71, Absatz 1, Nummer 8 Aktiengesetz.

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 Aktienoptions-
programm.

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.

Zu Tagesordnungspunkt 8:

Die TAKKT hat sich das Ziel gesetzt, schlank und schnell zu sein. Zudem haben wir
eine klare Strategie und ein erfolgreiches Geschäftsmodell, das nicht alle Monate
geändert werden muss. Dies alles sind gute Gründe für eine Verkleinerung des
Aufsichtsrats. Vor diesem Hintergrund schlagen Vorstand und Aufsichtsrat vor, den
Aufsichtsrat auf sechs Mitglieder zu begrenzen. Diese Zahl ist unseres Erachtens
ausreichend, um eine effektive Kontrolle des Vorstands zu gewährleisten. Wir bitten
auch hierzu um Ihre Zustimmung.

Noch ein Hinweis: Die Wahl des neuen Aufsichtsrats findet gemäß der Satzung und
dem Beschluss der letztjährigen Hauptversammlung erst nächstes Jahr statt.

Die Tagesordnungspunkte 9 und 10 sind zum Teil Anpassungen aufgrund einer
geänderten Gesetzeslage beziehungsweise Anpassungen zu einem verbesserten,
effizienteren Ablauf der Hauptversammlung. Wir bitten auch hierzu um Ihre
Zustimmung.

Nun zum letzten Tagesordnungspunkt 11:

Der Mehrheitsaktionär Franz Haniel & Cie. GmbH stellte fristgerecht folgenden Antrag:

Die in Paragraph 285 Satz 1 Nummer. 9 Satz 5 sowie Paragraph 314 Absatz 1 Nummer 6 Buchstabe a Satz 5 bis 9 des Handelsgesetzbuches verlangten Angaben unterbleiben für fünf Jahre.

Es geht hier um die individuelle Offenlegung der Vorstandsvergütungen. Wir halten die Begründung, die Sie der Einladung entnehmen konnten, für richtig und unterstützen den Antrag ausdrücklich.

Es ist in der zurückliegenden Zeit viel zu viel darüber geschrieben und diskutiert worden. Es gibt Argumente für und gegen eine Offenlegung. Deshalb hat der Gesetzgeber die Entscheidung bewusst in die Hände der Hauptversammlung gelegt. Soweit es TAKKT angeht, gibt es meines Erachtens jedoch keine Veranlassung an der Höhe beziehungsweise Systematik der Vorstandsvergütung Kritik zu üben. Entscheiden Sie. Wir wollen uns auf unsere Aufgaben konzentrieren.

NBF: logische Weiterentwicklung des Portfolios

Meine Damen und Herren,

wenn ich ein Ereignis auswählen sollte, das im vergangenen Jahr das wichtigste für TAKKT war, dann würde ich die Akquisition von NBF nennen. Und damit sind wir bei meinem zweiten Schwerpunktthema.

Lassen Sie mich mit einem Porträt des neuen TAKKT-Unternehmens beginnen: NBF beschäftigt 120 Mitarbeiter und ist der US-Marktführer im B2B-Versandhandel für Büromöbel. Zur NBF-Gruppe gehören fünf Marken, die zusammen mehr als 11.000 Artikel vertreiben.

- Die Hauptmarke National Business Furniture vertreibt klassische amerikanische Büromöbel an ein breites Spektrum von Unternehmen.
- Die Marken Alfax und Dallas Midwest richten sich mit ihrem Angebot vor allem an Non-Profit-Organisationen wie Schulen, Universitäten und Behörden.
- Außerdem gehören zur NBF-Gruppe die Marken OfficeFurniture.com und FurnitureOnline.com, die ihre Produkte ausschließlich über das Internet vertreiben.

Damit passt NBF ideal zu unserem Geschäftsmodell: Als B2B-Versandhändler für preisunempfindliche und langlebige Gebrauchsgüter besitzt NBF ebenfalls eine fragmentierte Kunden- und Lieferantenstruktur. Und das Geschäftsmodell von National Business Furniture eignet sich ideal, um es auf neue Märkte zu übertragen.

Doch nicht nur wegen dieser Faktoren ist der Kauf der NBF-Gruppe ein großer strategischer Erfolg für TAKKT. Hinzu kommt, dass wir unser Portfolio gezielt weiterentwickeln konnten. Erstens verbreitern wir unsere Kundenbasis und sind so noch weniger anfällig für konjunkturelle Schwankungen. Denn NBF hat zahlreiche Abnehmer aus dem Bereich Dienstleistung – und dieser wächst in den USA sehr dynamisch. Zweitens bauen wir in Nordamerika unser Produktsortiment im Bereich Büroausstattung aus. In diesem Segment war K + K America bislang vergleichsweise schwach aufgestellt. Drittens bringen wir mit dem Erwerb der NBF-Gruppe auch unsere regionale Geschäftsverteilung stärker ins Gleichgewicht. Denn durch die Übernahme wird K + K America in diesem Jahr nahezu so viel umsetzen wie KAISER + KRAFT EUROPA. Ein weiterer Vorteil ist, dass NBF wie auch C&H seinen Hauptsitz in Milwaukee hat. Das spart Zeit und macht Integration zu einem Heimspiel für beide Seiten.

Noch ist die EBITA-Marge von NBF mit rund fünf Prozent vergleichsweise niedrig. Das wollen wir ändern, und dafür sehen wir mehrere Ansatzpunkte:

Erstens sehen wir Chancen im Bereich der Logistik durch den Aufbau des Lagergeschäfts. Zweitens sind wir sicher, im Bereich Marketing die Effizienz der Werbemittel erhöhen zu können. Und drittens ergeben sich eine Fülle von Synergien, beispielsweise in den Bereichen Transportdienstleistung, Druck oder Papiereinkauf für unsere Werbemittel.

TAKKT: strategische Erfolgsfaktoren

NBF ist ein B2B-Versandhändler und deshalb gelten für das Geschäft die gleichen Regeln wie für TAKKT. Damit bin ich bei meinem dritten Schwerpunktthema angelangt: den strategischen Erfolgsfaktoren des B2B-Versandhandels à la TAKKT.

TAKKT: Wettbewerb in einer sehr attraktiven Branche

Wenn man sich unser Geschäft aus der Vogelperspektive anschaut, sieht man, dass wir in einer sehr attraktiven Branche tätig sind.

Zunächst einmal haben wir den großen Vorteil, dass die Barriere für den Markteintritt neuer Wettbewerber sehr hoch ist. Der Aufbau eines Kundenstamms kostet viel Zeit und Geld. Zudem ist es äußerst aufwändig, eine zentrale Infrastruktur zu errichten. Und nicht zuletzt fehlt es in der Regel an Know-how, um das Systemgeschäft B2B-Versandhandel über mehrere Regionen hinweg zu betreiben. Versandhandel heißt Distanzhandel – theoretisch ist es ein Geschäft ohne Grenzen. Die Aufgabe ist dabei, über große Distanzen die Geschäfte möglichst kundennah zu betreiben.

Wir müssen auch nicht befürchten, dass sich unser Geschäftsmodell zum Auslaufmodell entwickelt. Im Gegenteil: Die Möglichkeit, Business Equipment schnell und unkompliziert via Katalog zu bestellen, wird bei den Kunden immer beliebter. Mit dem zukunftsweisenden Medium Internet bieten wir unseren Kunden zudem eine weitere Möglichkeit zum Bestellen an. Die Perspektiven für unser noch relativ junges Geschäft sind also hervorragend.

Mit unserem vielfältigen Sortiment sprechen wir eine große Zahl von Kunden aus unterschiedlichen Branchen an. Das hat gleich zwei Vorteile. Erstens baut unser Geschäft nicht auf den Aufträgen einzelner Großabnehmer auf. Und zweitens können wir Konjunkturschwankungen in einzelnen Branchen leichter kompensieren.

Wichtige Partner sind für uns die Lieferanten. Aufgrund des fragmentierten Lieferantenmarkts sind wir unabhängig von einzelnen Herstellern. TAKKT bezieht über 100.000 Produkte von mehreren Hundert Produzenten. Bei Bedarf können wir von einem Hersteller auf den anderen ausweichen. Das wissen wir – und das wissen die Lieferanten.

Dabei verstehen wir Lieferanten als Partner, denn nur mit ihren qualitativ hochwertigen Produkten können wir bei den Kunden erfolgreich sein. Der Lieferant hat in einer Geschäftsbeziehung mit TAKKT den Vorteil, ohne großen Aufwand in vielen Ländern der Welt durch unsere Kataloge vertreten zu sein. An dieser Stelle darf ich mit vollem Recht von einer win-win-Situation sprechen.

TAKKT: langjähriger Wachstumspfad

Dass TAKKT die Chancen der Branche in der Vergangenheit ergriffen hat, zeigt das folgende Chart eindrucksvoll. Wir sind in den letzten 20 Jahren im Schnitt um zwölf Prozent pro Jahr gewachsen. Rund die Hälfte dieses Wachstums ist dabei auf Akquisitionen zurückzuführen; die andere Hälfte stellt organisches Wachstum dar. Dabei haben wir es stets geschafft, eine operative Profitabilität im zweistelligen Bereich zu erzielen.

Und das ist auch der Maßstab, mit dem wir sehr zuversichtlich in die Zukunft gehen.

TAKKT-Erfolgsfaktoren: klarer Geschäftsfokus

Meine Damen und Herren,

unsere hervorragenden Zahlen sind nicht Zufall sondern haben System. Sie sind das Ergebnis einer sorgfältig implementierten und perfektionierten Geschäftsstrategie, die im Wesentlichen auf den nachfolgenden vier Erfolgsfaktoren basiert:

- Klarer Geschäftsfokus
- Klarer Mehrwert für den Kunden
- Klare Organisationsstruktur
- Klare Wachstumsstrategie

Das Geschäftsfeld der TAKKT AG ist klar abgegrenzt: Wir sind Versandhändler und keine Betreiber von Ladengeschäften. Wir machen Geschäfte mit Unternehmen und Gewerbetreibenden nicht aber mit Privatkunden. Wir handeln mit Ausrüstungsgegenständen wie Sackkarren und Schreibtischen und nicht mit preisempfindlichen, niedrigmargigen Verbrauchsgütern wie Druckerpatronen oder Kopierpapier.

Das Geschäftsmodell ist jedoch nicht nur dadurch erfolgreich, dass es so abgegrenzt und fokussiert ist, sondern weil es unseren Unternehmenskunden einen klaren Mehrwert bietet.

Gemäß unserem neuen Slogan „Alles für die Firma“ sind wir für unsere Kunden im Bereich der Ausrüstungsgegenstände ein gut sortierter One-Stop-Shop. Wir bieten ihnen in unseren Katalogen eine breite Produktpalette gepaart mit einer gezielten Vorauswahl an. Das spart Zeit bei der Suche und Auswahl der richtigen Artikel. Und Sie wissen ja meine Damen und Herren: Zeit ist Geld.

Darüber hinaus merkt der Kunde schnell, dass er bei uns König ist. Er kann nicht nur in Deutschland oder Europa unsere Produkte beziehen, sondern in über 25 Ländern der Welt, und das immer zu gleich bleibend hoher TAKKT-Qualität. Dabei gibt der Kunde

selber vor, auf welchem Wege er die Bestellung aufgeben möchte: ob per Telefon, Internet, Fax oder Brief. Außerdem sind wir aufgrund unserer guten Lieferantenverbindungen in der Lage, bei Bedarf die angebotenen Produkte individuell an die Kundenbedürfnisse anpassen zu lassen.

Die herausragende Servicequalität an jedem Punkt der Wertschöpfungskette ermöglicht es uns die im Versandhandelsgeschäft sonst so typische Distanz zwischen Händler und Kunde abzubauen. Das erhöht die Kundenbindung.

Organisationsstruktur

Je größer TAKKT wird, umso wichtiger wird eine klare Organisationsstruktur und Aufgabenverteilung. Damit bin ich bei unserem dritten Erfolgsfaktor.

Die Vertriebsgesellschaften haben nur eine einzige Aufgabe: Kunden betreuen. Alle weiteren Tätigkeiten wie zum Beispiel der zentrale Einkauf, die Zusammenstellung und der Druck der Kataloge werden auf der Ebene der jeweiligen Zwischenholding zusammengeführt. Dadurch können wir auf lokale Besonderheiten der Märkte eingehen, ohne die Größenvorteile in der Produktion der Werbemittel sowie beim Einkauf der Waren und Dienstleistungen aufgeben zu müssen.

Das historische Wachstum von zirka zwölf Prozent pro Jahr ist das Resultat der klaren Wachstumsstrategie mit drei Stoßrichtungen:

- Wachstum durch Akquisitionen
- Wachstum über Ausrollen des Geschäftsmodells
- Wachstum durch kontinuierliche Steigerung der Marktdurchdringung

Alle drei Stoßrichtungen wollen wir auch in der Zukunft weiter verfolgen:

Dabei sind Akquisitionen ein geeignetes Mittel, um mit bestehenden Produktlinien in neue Märkte zu expandieren. Außerdem können wir das Portfolio in bestehenden Märkten durch neue Produktlinien weiter ergänzen. Und schließlich sind Akquisitionen auch ein guter Weg, um die Zweimarkenstrategie in bestehenden Märkten gezielt auszubauen.

Zusätzlich wird die TAKKT-Gruppe auch in Zukunft durch das Ausrollen des Geschäftsmodells in neue Regionen weiter wachsen. Dies ist eine der Kernkompetenzen der TAKKT AG, die wir mit dem operativen Start von drei neuen Gesellschaften in China, Frankreich und Österreich auch dieses Jahr wieder unter Beweis stellen werden.

Da unser Marktanteil trotz hohem Wachstum immer noch sehr klein ist, können wir auch in unseren bestehenden Märkten weiter wachsen – durch Verbesserung des Angebots und des Services sowie durch höhere Werbemittelaufgaben. Auch diese Option ist und bleibt ein wichtiger Bestandteil unserer klaren Wachstumsstrategie.

Lassen Sie es mich noch einmal zusammenfassen:

- ein weitgehend krisensicheres Geschäftsmodell
- eine effiziente Wachstumsstrategie
- eine klare Organisationsstruktur
- und zufriedene Kunden

Diese Faktoren machen die TAKKT AG zu einem erfolgreichen und zukunftsfähigen Unternehmen. Bester Beweis dafür sind die Zahlen für das 1. Quartal.

TAKKT: Zahlen für das 1. Quartal 2006

Von Januar bis Ende März erzielte TAKKT ein Umsatzwachstum von 30 Prozent. Bereinigt um Währungseffekte beträgt das Plus immer noch sehr gute 24,9 Prozent. In diesen Wert mit eingerechnet ist die erstmals konsolidierte NBF-Gruppe. Doch auch unabhängig von Währungs- und Akquisitionseffekten ist die TAKKT AG erneut kräftig gewachsen – um 12,2 Prozent.

Bei diesem hervorragenden Ergebnis müssen wir allerdings berücksichtigen, dass es im ersten Quartal im Vergleich zum Vorjahr mehr Arbeitstage gab, da Ostern und die damit verbundenen Urlaubstage dieses Jahr im April lagen.

Alles in allem hatten wir jedoch einen sehr guten Start in das neue Jahr 2006, zu dem alle Geschäftsbereiche beigetragen haben. KAISER + KRAFT EUROPA und Topdeq erzielten ein währungsbereinigtes Wachstum von 15,4 Prozent beziehungsweise 8,5 Prozent. Der Geschäftsbereich K + K America konnte seinen Umsatz in US-Dollar gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahrs um 44,4 Prozent steigern. In der Berichtswährung Euro ergibt dies 57,4 Prozent. Ohne die Konsolidierung der NBF-Gruppe betrug das organische Wachstum 9,2 Prozent.

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen auf Geschäfts- und Firmenwerte sowie Abschreibungen auf andere langfristige Vermögensgegenstände, EBITDA, erhöhte sich überproportional um 8,5 Millionen auf 34,6 Millionen Euro. Dies ist ein Anstieg von 32,6 Prozent. Die EBITDA-Marge verbesserte sich von 13,7 auf 14 Prozent. Ohne die Konsolidierung der NBF-Gruppe hätte die TAKKT-Gruppe sogar eine Marge von 15 Prozent erzielt.

Meine sehr geehrten Aktionärinnen und Aktionäre,
bevor ich zum Ausblick des Jahres 2006 komme, noch eine wichtige Information den Vorstand betreffend:

Ich habe Ihnen mitgeteilt, dass Herr Milanello zum 30. Juni dieses Jahres in seinen wohl verdienten Ruhestand geht. Ich habe Ihnen auch gesagt, dass Herr Milanello schwer zu ersetzen ist. Wir haben deshalb schon vor über zwei Jahren damit angefangen, die IT-Bereiche zu verstärken.

In den USA bei K + K America wurde ein Vice President IT eingestellt und bei KAISER + KRAFT EUROPA übernahm im Herbst 2005 Peter Langhammer als Geschäftsführer den EDV-Bereich von Alfred Milanello. Anfang dieses Jahres haben wir uns zudem im Logistikbereich verstärkt.

Die Fachbereiche sind also in allen Geschäftseinheiten gut besetzt.

TAKKT: Vorstand (neu)

Um die Geschäftsbereiche Topdeq und K + K America zu stärken, werden sie künftig durch einen Vorstand vertreten sein. Wir erhoffen uns von der neuen Struktur eine noch bessere Performance bei Topdeq und K + K America.

Der Aufsichtsrat hat in seiner Sitzung heute morgen mit Wirkung ab 1. Juli 2006 Didier Nulens - Geschäftsbereich Topdeq - und Thomas Loos – Geschäftsbereich K + K America - für jeweils drei Jahre als Vorstandsmitglieder berufen.

Damit haben wir die Lücke, die durch das Ausscheiden von Alfred Milanello entsteht, mehr als kompensiert. Herr Milanello war 19 Jahre für die TAKKT tätig. Herr Nulens und Herr Loos bringen es zusammen auf über 45 Jahre Versandhandelserfahrung bei TAKKT. Darüber hinaus war uns wichtig, dass entsprechend der Internationalität der TAKKT-Gruppe auch der Vorstand internationaler besetzt wird. Schließlich wird in diesem Jahr der Umsatzanteil außerhalb Deutschlands circa 80 Prozent betragen.

Mit Dr. Florian Funck und mir sind zwei Deutsche im fünfköpfigen Vorstand. Franz Vogel ist Schweizer, Didier Nulens kommt aus Belgien und Thomas Loos kommt aus den USA.

Die neue Struktur und die internationale Besetzung des Vorstands wird das Geschäft der TAKKT weiter voranbringen, da bin ich mir sicher.

Ausblick 2006: Konjunkturelle Rahmenbedingungen

Meine Damen und Herren,
auch wenn wir im 2. Quartal vor allem arbeitstagebedingt wohl nicht ganz an die Zahlen der ersten drei Monate anknüpfen können, sind wir doch insgesamt sehr zuversichtlich: TAKKT wird 2006 weiter wachsen – und das trotz eines unstillen konjunkturellen Umfelds. So zeichnen die Wirtschaftsexperten bei ihren Prognosen für Europa und Nordamerika ein uneinheitliches Bild: In Europa ist damit zu rechnen, dass

sich die Konjunktur im Jahr 2006 auf niedrigem Niveau leicht verbessern wird. In Deutschland soll der Anstieg der Wachstumsrate etwas stärker ausfallen. Hier könnten sich die Fußballweltmeisterschaft und die steigende Binnennachfrage im Vorfeld der geplanten Mehrwertsteuererhöhung zumindest in diesem Jahr positiv auswirken. Wir sind der Meinung, dass dieser vorsichtige Optimismus berechtigt ist.

In den USA hingegen rechnen Experten für die kommenden Jahre mit einem weiteren Rückgang der Wachstumsraten. Gründe für diese rückläufige Prognose sind die Zinserhöhungen der letzten Monate sowie die Normalisierung am US-Immobilienmarkt, die über eine geringere Nachfrage der US-Konsumenten auch auf die Produzenten durchschlagen wird.

Ausblick 2006: TAKKT-Kennzahlen

Wie wird sich die konjunkturelle Entwicklung und unsere Maßnahmen in den Zahlen der TAKKT AG niederschlagen? Ich möchte Ihnen nun unsere Planungen für Umsatz und Ergebnis im Jahr 2006 vorstellen:

Ohne Berücksichtigung der NBF-Akquisition und vor Währungseffekten wird die TAKKT AG um mindestens vier bis fünf Prozent wachsen. Mit dieser Prognose bleiben wir unserem Ziel treu, mindestens ein bis zwei Prozentpunkte stärker zu wachsen als die Volkswirtschaften, in denen wir tätig sind. Insgesamt rechnen wir mit einem Umsatzwachstum von mindestens 18 Prozent.

Die NBF-Akquisition und die Anlaufkosten für neue und junge Gesellschaften werden unsere Profitabilität im Jahr 2006 beeinflussen. Ich kann Ihnen aber zusagen, dass TAKKT auch weiterhin Rohertragsmargen von über 40 Prozent erzielen wird. Bei der EBITDA-Marge werden wir uns erneut in unserem Zielkorridor von zehn bis zwölf Prozent bewegen. Genauer gesagt planen wir einen Wert am oberen Rand des Zielkorridors, also zwischen 11,5 und 12,0 Prozent. Ohne NBF und die Anlaufkosten der Neugründungen würde die EBITDA-Marge über dem sehr guten Wert des Jahres 2005 liegen.

Sie sehen also: Nach dem schon sehr erfolgreichen Jahr 2005 wird auch 2006 ein gutes Jahr für die TAKKT AG werden und neue Rekorde bei Umsatz und Ergebnis aufstellen! Ich denke, einen besseren Abschluss kann es für meine Rede nicht geben.

Meine Damen und Herren,
ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit.