



Ordentliche virtuelle Hauptversammlung 2021

Rede Thorsten Seehars

Vorsitzender des Vorstands, GRAMMER AG

Ursensollen, 23. Juni 2021

Es gilt das gesprochene Wort!

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre!
Sehr geehrte Familie Wang!
Sehr geehrte Mitglieder des Aufsichtsrats!
Meine Damen und Herren!

Vertrauen ist zur wichtigsten Währung geworden. Das Vertrauen der Kundinnen und Kunden. Das Vertrauen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das Vertrauen der Aktionärinnen und Aktionäre. Vertrauen in eine starke Marke, in verlässliche und innovative Produkte, in ein motiviertes, leistungsfähiges Team. Und in das, was einem versprochen wird.

Wir haben Ihnen auf der Hauptversammlung im letzten Jahr ganz schön viel versprochen. Unsere Organisation neu nach Regionen aufzustellen. Einen Kulturwandel bei Grammer in Gang zu setzen. Den globalen Werksverbund zu optimieren. Innovationen zu schaffen und Kunden zu begeistern. Das Chinageschäft in den Bereichen Automotive und Commercial Vehicles auszubauen. Mit bestehenden und mit neuen Kunden.

Wir haben Ihnen das versprochen – inmitten der seit Jahrzehnten größten Krise der Weltwirtschaft. Warum? Weil wir Grammer fit für die Zukunft machen. Weil wir global eine führende Stellung als Zulieferer für die Pkw-Innenraumausstattung anstreben. Weil wir als Offroad-Zulieferer unsere Marktführerschaft weltweit ausbauen: in Traktoren, Baumaschinen und Gabelstaplern. Und weil wir eine führende Position mit Fahrer- und Passagiersitzen für Nutzfahrzeuge anvisieren. Wir verfolgen diese Ziele, um als Unternehmen wirtschaftlich erfolgreich zu sein.

Große Vorhaben können nicht bis Schönwetter warten. Da heißt es, auch mal hart am Wind zu segeln. Aus Gegenwind noch Energie zu ziehen. Das Ziel immer fest im Blick. Dass wir kein leichtes Jahr hinter uns haben, ist keine Überraschung. Niemand hatte das in unserer Branche. Die Pkw-Märkte sind im ersten Halbjahr weltweit um fast ein Drittel eingebrochen. Die Nutzfahrzeug-Märkte waren noch stärker betroffen: ein branchenweiter Nachfrage-Absturz. In Nordamerika von Januar bis Juni minus 43 Prozent, in Europa minus 34 Prozent. Und die Zulieferindustrie musste heftig bremsen. In einigen Märkten bis zum Stillstand. Wir hatten damit parallel zu unserer eigenen Neuaufstellung einige anspruchsvolle Herausforderungen zu meistern.

Und auch persönlich hat die COVID-19-Pandemie jede und jeden von uns betroffen und bewegt. Beinahe jeder von uns kennt eine Familie, in der jemand schwer erkrankt oder sogar mit Corona gestorben ist. Unsere Gedanken sind bei allen Opfern dieser Pandemie. Und bei ihren Angehörigen.

So hat die Coronakrise Vieles verändert. In unseren sozialen Beziehungen und in unserem geschäftlichen Tun. Niemand hat das Corona-Virus und seine Verbreitung in aller Welt vorhergesehen. Niemand hat sich vermutlich diesen weltweiten Ausnahmezustand vorgestellt: unterbrochene Lieferketten eingebrochene Märkte und in der Folge temporäre Werkschließungen.

Wichtig für uns war es, auch in dieser Phase handlungsfähig zu bleiben. Mit unserem Corona-Management haben wir uns zuerst auf den Schutz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter konzentriert. Ihre Gesundheit und Sicherheit hat für uns stets oberste Priorität. Gleichzeitig haben wir Maßnahmen zum Schutz von Ergebnis und Liquidität getroffen.

Ein diszipliniertes Kostenmanagement – mit Anspannung in allen Bereichen. Eine Optimierung der Zahlungsströme – mit sehr fokussierten Investitionen. Alle geplanten Serienanläufe haben wir sichergestellt. Und wir haben unsere Liquidität nachhaltig gestärkt. Mit der frühzeitigen Refinanzierung und Aufstockung unseres Konsortialkreditvertrags sowie mit einer zusätzlichen Tranche. Das Hybriddarlehen sowie die im letzten Jahr durchgeführte Kapitalerhöhung haben unser Eigenkapital weiter erhöht.

Gerne stellen wir unserem Team heute das Zeugnis aus: Resilienztest bestanden! Dafür unseren herzlichen Dank! Wir haben uns schnell auf die neuen Umstände eingestellt. Trotz der Herausforderungen haben wir unseren Kurs fest im Blick behalten. Und wir haben auf dem Weg wichtige Fortschritte erzielt. Deshalb werden wir als Unternehmen und auch als Team gestärkt aus dieser Krise hervorgehen.

Damit ist es nun Zeit für eine Standortbestimmung. Und die geht weit über unsere Finanzberichterstattung hinaus. Ich werde Ihnen heute ein Update zu unserem weiteren Kurs geben. Sie werden erkennen: „We deliver what matters.“ Wir halten unsere Versprechen. Wir liefern, worauf es ankommt. Und nutzen eine Krise als Chance. Wie wir gestärkt aus dieser Krise hervorgehen wollen, sage ich Ihnen im zweiten Teil meines Berichts.

Zunächst zum Geschäftsverlauf 2020. Die Grammer AG hat im letzten Jahr einen Konzernumsatz von 1,711 Milliarden Euro erzielt. Das sind rund 16 Prozent weniger als im Vorjahr. Der Einbruch hätte noch viel höher ausfallen können. Doch wir konnten den Umsatz bereits im zweiten Halbjahr wieder signifikant steigern.

Grammer hat sich in Summe erfolgreich gegen die Pandemie gestemmt. Das desaströse erste Halbjahr haben die erfreulichen Quartale 3 und 4 leider nicht wettgemacht. Doch es wurde deutlich: Unser striktes Krisenmanagement hat gegriffen.

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern – der so genannte EBIT – wurde zusätzlich durch Sondereffekte belastet. Dazu gehörten Restrukturierungs-Aufwendungen von etwa 21 Millionen Euro. Die Restrukturierung ist ein wichtiger Baustein für unsere Zukunftsfähigkeit. Wir haben entschieden, unsere Produktion in vier kleineren Werken im In- und Ausland einzustellen. Die Umsetzung dauert noch bis Mitte 2021 an. Und wir haben den Abbau von 300 Stellen im indirekten Bereich beschlossen – und dazu in Deutschland ein Freiwilligenprogramm aufgesetzt. Denn mit der neuen regionalen Aufstellung ging ein Straffen der Organisation in der Zentrale einher.

In etwa zwei Drittel des Umsatzes fielen 2020 auf das Segment Automotive: mehr als 1,2 Milliarden Euro. 17,6 Prozent weniger als im Vorjahr. Die COVID-19-Pandemie hat den Automobilmarkt Anfang 2020 zum Erliegen gebracht. Er hatte sich bereits seit Mitte 2019 rückläufig entwickelt.

Das Automotive Segment-Ergebnis war ein Verlust. Ein EBIT von minus 62 Millionen Euro. In den Regionen EMEA – Europa, Naher Osten, Afrika – und Americas sank unser Umsatz jeweils um mehr als ein Fünftel. In der Region APAC – Asien/Pazifik – konnten wir dagegen ein Umsatzplus von 4,4 Prozent erreichen. Unser Segment Automotive hat 2020 staatliche Pandemie-Zuschüsse in Höhe von 9,1 Millionen Euro erhalten. Den deutlichen Umsatzrückgang konnten wir nicht kompensieren.

Damit zum zweiten wichtigen Geschäftsfeld von Grammer. Ein Drittel des Umsatzes – 545 Millionen Euro – erzielten wir mit den Herstellern von Commercial Vehicles. Der Umsatz in diesem Segment sank um 10,4 Prozent. Vor allem auch, weil die Nachfrage bis Mitte 2019 außergewöhnlich hoch war. Unser Segment Commercial Vehicles hat 2020 staatliche Pandemie-Zuschüsse von 2 Millionen Euro erhalten. In der Region EMEA sank der Umsatz um fast 14 Prozent, in den Americas sogar um fast 22 Prozent. Im Gegenzug ist der Commercial Vehicles-Umsatz in der Region APAC um mehr als 19 Prozent gewachsen. Und damit schneller als der Markt. Die Zuwächse stammen aus dem Lkw-Geschäftsfeld in China und unseren Offroad-Geschäften in China, Korea und Japan. Das Segmentergebnis Commercial Vehicles war positiv: ein EBIT von plus 25 Millionen Euro. Das ist sehr erfreulich und hat uns in diesem Ausnahmejahr gestärkt.

Unter dem Strich haben wir in beiden Segmenten zusammen im vergangenen Jahr einen Verlust von 46 Millionen Euro eingefahren. Was bedeutet das für Sie? Wir werden dieses Jahr keine Dividende auszahlen.

Doch wichtig für Sie: 2020 haben wir die Finanzierungsbasis von Grammer erneuert. Das gelang uns durch die vorzeitige Refinanzierung und Erhöhung des Konsortialkreditvertrags. Die Tranche A haben wir auf 150 Millionen Euro aufgestockt. Sie läuft über fünf Jahre. Die Tranche B von 80 Millionen US-Dollar über vier Jahre dient der planmäßigen Anschlussfinanzierung der TMD-Akquisition. Außerdem haben wir den bestehenden Konsortialkredit um eine Tranche C erweitert. Neben den Hausbanken von Grammer beteiligte sich auch die KfW als direkter Kreditgeber. Wir haben dabei die Möglichkeit, 235 Millionen Euro über drei Jahre abzurufen. Von dieser Möglichkeit haben wir bisher keinen Gebrauch gemacht. Während der Laufzeit des KfW-Konsortialkredits dürfen wir keine Dividenden auszahlen.

Unsere Liquidität ist nachhaltig gesichert – auch in dem derzeit schwierigen wirtschaftlichen Umfeld. In Summe haben wir unseren finanziellen Handlungsrahmen um 300 Millionen Euro erweitert. Gleichzeitig haben wir dem Eigenkapital 59,1 Millionen Euro zugeführt: 40 Millionen Euro über eine Kapitalerhöhung im November, bei der Sie, werte Aktionärinnen und Aktionäre, ihr Bezugsrecht ausüben konnten. Wir haben zirka 2,6 Millionen neue Aktien ausgegeben. Das Kapital verwenden wir zur Finanzierung des Wachstums von GRAMMER. 19,1 Millionen Euro hatten wir bereits im März von der Ningbo Jifeng Group erhalten, und zwar über ein Hybriddarlehen mit Eigenkapital-Charakter. Damit lag unsere Eigenkapitalquote zum Jahresende bei 22 Prozent.

Wichtig ist mir abschließend zum Finanzbericht ein Hinweis auf die Trendumkehr in unserem Geschäft. Die deutliche Erholung seit dem dritten Quartal 2020 setzt sich auch im ersten Quartal 2021 fort. Umsatz und Ergebnis haben zum Auftakt des laufenden Jahres von verbesserten Märkten in Asien und Europa profitiert. Insbesondere als Zulieferer für Commercial Vehicles erleben wir dort eine erfreuliche Dynamik beim Absatz. Das war kein Selbstläufer, wenn Sie sich die anhaltenden Herausforderungen ansehen. Stichwort weltweite Lieferengpässe. Ein großes Dankeschön an dieser Stelle an unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, vor allem in Einkauf, Vertrieb und Werks-Logistik. Sie tun momentan alles, damit wir unsere Kunden rechtzeitig beliefern können.

Der Umsatz der GRAMMER Gruppe von Januar bis März 2021 ist um 10,7 Prozent gestiegen. In der Region APAC haben wir unseren Umsatz sogar um 85 Prozent gesteigert. Die Vergleichsbasis des Vorjahres war in Asien besonders niedrig, weil sich Corona dort bereits im ersten Quartal voll ausgewirkt hatte. In der Region EMEA sind wir immerhin um knapp 5 Prozent gewachsen. Nur mit der Geschäftsentwicklung in den USA können wir aktuell nicht zufrieden sein. Das gehört zu dem Gegenwind, von dem ich eingangs gesprochen habe. Und das liegt nicht nur an den arktischen Polarwirbeln, die dem Süden der USA im Februar neue Kälterekorde und damit weitere Einschränkungen in der Wirtschaft beschert haben. Und es liegt auch nicht nur an den anhaltenden Engpässen bei Kunststoffen, Stahl und Elektronik-Bauteilen. Denn die gibt es weltweit.

In Nordamerika sehen wir strukturelle Herausforderungen. Das gilt vor allem für die TMD-Umfänge im US-Marktsegment Automotive. Diese Themen werden wir systematisch anpacken. Wir werden uns alle Standorte ansehen. Besonders die von TMD. Wir werden dort unsere Kunden-Zielgruppen analysieren. Und wir werden unser Produkt-Portfolio gründlich überprüfen. Kurz: Wir drehen jeden Stein um, damit wir unsere Performance und Wettbewerbsfähigkeit in Nordamerika verbessern.

Soweit das 1. Quartal nach Regionen. In Summe haben wir im ersten Quartal weltweit 10,7 Prozent mehr Umsatz eingefahren als im Vorjahresquartal. Das operative EBIT für die Gruppe ist auf rund 21 Millionen Euro gestiegen. Damit lag die operative EBIT-Rendite bei 4,2 Prozent. Wir führen diese Verbesserung auf einen günstigen Produktmix und unsere Kosten- und Prozessoptimierungen zurück.

Und doch: Wir erwarten weiter sehr herausfordernde gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen. Die wirtschaftliche Erholung hängt einerseits davon ab, wie die Pandemie global weiter verlaufen wird. Außerdem müssen wir beobachten, wie sich die Engpässe in der Halbleiterindustrie entwickeln. Sie haben zwar nur indirekte Auswirkungen auf uns. Doch sind diese dramatisch. Denn viele unserer Kunden schließen ihre Werke temporär, weil sie nicht weiter produzieren können. Damit müssen wir unsere Lieferungen unterbrechen. Besonders stark trifft uns das bei einigen Kunden in den USA.

Direkt betroffen sind wir von der aktuell schlechten Rohstoffversorgung und der extremen Preiserhöhung bei Kunststoffen und Stahl. Wir müssen diese Teuerung auch an unsere Kunden weiterreichen. Und trotzdem können wir für dieses Jahr nachteilige Umsatzverschiebungen und Ergebniseffekte nicht ausschließen.

Damit zum qualitativen Teil meines Berichts. Grammer hat sich global neu aufgestellt. Dazu haben wir ein neues Modell zur Steuerung unseres Unternehmens geschaffen. So organisieren wir Grammer nicht mehr nach Geschäftsfeldern, sondern nach den drei großen Regionen. Im Kern geht es uns darum: Mehr Entscheidungsbefugnis dort anzusiedeln, wo der direkte Kundenkontakt besteht. Im Gegenzug haben wir unsere Zentrale schlanker aufgestellt. Niedrigere Strukturkosten stärken unsere Wettbewerbsfähigkeit. Die Divisionen Automotive und Commercial Vehicles fokussieren sich auf die weltweiten Markt-, Kunden- und Produktstrategien. Mit neu eingeführten Global Key Accounts haben wir damit begonnen, Kunden im Automotive Bereich über alle Grammer-Produkte hinweg zu betreuen. Und damit aus einer Hand. Davon versprechen wir uns, Anfragen gebündelt und schneller zu beantworten. Und somit Chancen besser zu nutzen.

Die weltweiten Plattformen der OEMs lassen sich damit intensiver betreuen und intern besser koordinieren. Mit einem Ansprechpartner für neue Fahrzeugprojekte und Produktanläufe.

Seit Januar 2021 haben wir analog zu unserer Organisation auch unsere Berichtsstruktur von den beiden Divisionen auf die drei Regionen umgestellt. Das sehen Sie seit April an unserem veränderten Quartalsbericht.

Mit der gestärkten Verantwortung der Regionen haben wir bislang sehr gute Erfahrungen gemacht. Das Pandemie-Management hat nur so funktioniert! Wir erhalten klareres Kunden-Feedback als bisher. Und wir erleben, wie das Management vor Ort mehr unternehmerische Verantwortung übernimmt.

Damit ein Blick in unseren wichtigsten Markt, China. Das Reich der Mitte bleibt klarer Wachstumsmotor unseres Geschäfts. Wir gewinnen dort laufend neue Kunden. Es gelingt uns, neue Produkte zu platzieren. Und wir haben neue Partnerschaften und Standorte identifiziert und aufgebaut.

Beim Ausbau unserer lokalen Präsenz in China setzen wir weitere Meilensteine. So haben wir im April dieses Jahres ein weiteres Joint Venture mit der FAW Gruppe gegründet. FAW ist der größte Hersteller im größten Nutzfahrzeugmarkt der Welt. Gemeinsam mit einem Tochterunternehmen von FAW werden wir hochwertige ergonomische Lkw-Sitze produzieren. Wir werden dafür unser lokales Produktionsnetzwerk weiter ausbauen. Am Joint Venture halten wir die Mehrheit – 60 Prozent.

Darüber hinaus erweitern wir unsere Produktion in China auch an anderen Standorten massiv. Wir haben zwei neue Werke in Ningbo und Shenyang in Betrieb genommen. Die räumliche Nähe zu wichtigen Kunden stärkt uns auf unserem Wachstumskurs.

Ein weiterer Schwerpunkt ist die strategische Partnerschaft mit Ningbo Jifeng, dem Unternehmen unserer Hauptaktionärin. Synergien in den Bereichen Einkauf, Fertigung und Vertrieb stehen auf unserer gemeinsamen Agenda. Im Oktober 2020 haben wir mit Ningbo Jifeng die Gründung einer Vertriebskooperation für Japan beschlossen. Das erleichtert Grammer den Zugang zu den japanischen Autoherstellern.

Wir wollen in China und in der gesamten Region APAC weiter profitabel wachsen. Mit sechs Produktions- und drei Entwicklungsstandorten in China werden wir unseren Handlungsrahmen weiter vergrößern. Als zukünftigen Standort unserer neuen China-Holding haben wir die Stadt Hefei in der Provinz Anhui ausgewählt. Diese Megacity mit mehr als 10 Millionen Einwohnern ist ein aufstrebendes Zentrum für Elektromobilität. Genau der richtige Ort, um mit unseren Kunden über die Anforderungen künftiger Mobilität zu sprechen.

Damit nach Europa. Hier optimieren wir unseren Footprint. Ich habe es vorhin erwähnt: Wir sind dabei, drei kleinere Produktions-Standorte zu schließen. Es handelt sich um 2 der 9 Werke in Deutschland: Wörth und Trusetal. Und eines unserer beiden Werke in Belgien – das in Geel. Außerdem haben wir im Mai 2021 den Standort in Olerdola in Spanien verkauft. Dort wird der Betrieb mit neuen Eigentümern unter neuen Vorzeichen weiter gehen. Diese vier Änderungen waren notwendig. Denn nur so verbessern wir die Auslastung an den übrigen Standorten in Europa.

Und wie sieht es in den Americas aus? Im April 2021 haben wir im Rahmen einer Konsolidierung den Standort Jefferson in den USA geschlossen. Gleichzeitig haben wir investiert. Delphos, einen anderen ehemaligen TMD-Standort, haben wir um eine Sitzfertigung für das Segment Nutzfahrzeuge erweitert. In den USA wollen wir niedrigere strukturelle Kosten und höhere langfristige Wettbewerbsfähigkeit erreichen. Denn wir registrieren nicht nur Umsatzausfälle in diesem Markt, weil unsere Kunden immer wieder ihre Produktion unterbrechen. Wir haben ein nachhaltiges Ergebnisproblem in den USA. Deshalb können und werden wir uns mit der aktuellen Situation nicht zufriedengeben.

Meine Damen und Herren,

vor einem Jahr habe ich auch über unsere neue Unternehmenskultur gesprochen. Erste Zeichen für den Kulturwandel sind bereits auf allen Ebenen unseres Unternehmens sichtbar. Unser Way of Working-CODE zum Beispiel: COLLABORATION: Sich gegenseitig helfen, voneinander lernen und gemeinsam an einem Ziel arbeiten. OPENNESS: Respektvoll und transparent miteinander umgehen. DRIVE: Ergebnisgetrieben, proaktiv und stets kundenorientiert. Und EMPOWERMENT: damit alle im Team Eigenverantwortung übernehmen. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nehmen die neue Kultur der Offenheit und Transparenz bei Grammer sehr positiv auf. Und auch unser Betriebsrat schätzt das neue Miteinander. Ein fairer und vertrauensvoller Dialog zwischen den Sozialpartnern ist uns ein großes Anliegen.

Lackmustest für die neue Zusammenarbeit war sicherlich die notwendige Personalanpassung. Gemeinsam mit dem Betriebsrat haben wir deshalb ein attraktives Freiwilligenprogramm mit unterschiedlichen Wahlmöglichkeiten entwickelt. Ein Programm, das wir erfolgreich umgesetzt haben. Finanziell wirkt sich die Personalanpassung erst im dritten Quartal 2021 voll aus. Wichtiger ist für meine Vorstandskollegen und mich die Rückmeldung aus der Belegschaft: Sie ist zufrieden mit dem Verlauf und hat eine gute und enge Abstimmung aller Beteiligten erlebt.

In Summe haben wir damit bei allen angekündigten Punkten unseres Kurses Fortschritte erreicht. Einige können wir heute bereits als erledigt melden.

Und Grammer bleibt weiter auf Innovationskurs. Beispiel „Automobile Innenraum-Lösungen der Zukunft“. Unser Innenraumkonzept PURE ist der Startpunkt einer Reise in die Zukunft. Im April war PURE auf der Auto Shanghai 2021 zu sehen. Im nächsten Schritt machen wir uns Ideen zum Innenraum anhand von vier Innovationsfeldern. Diese beschreiben Nutzungsszenarien für neue Grammer-Produktideen.

Living Space: Mit zunehmend leistungsstarken Fahrassistenzsystemen wird das Auto zum zweiten Lebensraum – der sich hochgradig individualisieren lässt.

Premium Comfort: Ein wichtiges Feld ist es, aus dem Fahren Reisen zu machen – die Passagiere sollen sich wohl fühlen.

Functional Upgrade: Dabei erfährt der Innenraum auch funktionell eine deutliche Aufwertung und glänzt durch Variabilität.

Sustainability: Die Auswahl der Materialien orientiert sich immer stärker am Gebot der Nachhaltigkeit. Die Basis für diese Szenarien sind Trendanalysen, Nutzerbefragungen und Gespräche mit den OEMs.

Ein weiteres spannendes Projekt haben wir mit dem Audio-Spezialisten HARMAN gestartet. Gemeinsam wollen wir den Fahrzeug-Innenraum aufwerten. Die Idee ist, Audiosysteme in die Kopfstützen zu integrieren. Dadurch entstehen innovative Kommunikationslösungen für alle Passagiere. Der Anspruch unserer gemeinsamen Entwicklung: „Best-in-Class“ Sound.

Unsere Sitze für Nutzfahrzeuge entwickeln wir ständig weiter. Ende November 2020 haben wir unsere Grammer Sitz-Innovationen auf der bauma in China präsentiert – eine wichtige Plattform. Denn Ergonomie und Komfort halten auch in Chinas Baumaschinen und Lkw Einzug. Mit unserem Grammer Sitz MSG 90.6 sind wir in China sehr erfolgreich. Er punktet mit Ergonomie, Komfort und Sicherheit. Wir haben bereits mehrere Serienanläufe bei chinesischen Lkw-Herstellern hinter uns. Und diese bescheinigen uns: Die hohe Qualität unserer Produkte ist neben der lokalen Präsenz ein zentraler Erfolgsfaktor.

Besonders stolz sind wir auf unser ultraleichtes Next-Generation Sitzsystem für Bus und Bahn. Es trägt den Namen Ubility One. Sie werden mir Recht geben: Das Design ist außergewöhnlich. Die verwendeten Materialien sind recycelt und recyclingfähig. Und die ultraleichte Konstruktion spart Kraftstoff und CO₂.

Damit ist Ubility One das erste Interieur-System für Bus und Bahn, das auf die Mobilität von morgen zugeschnitten ist. Unsere neuen Sitze wiegen weniger als die Hälfte. Die Konstruktion besteht aus 5 statt 50 Teilen. Und das System ist ein Bekenntnis zur Nachhaltigkeit. Wir werden Ubility One in den kommenden Monaten unseren Kunden weltweit vorstellen.

Innovationen wie diese stellen einen wichtigen Baustein für die strategische Entwicklung von Grammer dar. Wir wollen schnell aus der Krise heraus kommen und unsere Profitabilität steigern.

Mit unserer Strategie verfolgen wir fünf Ziele: Die wichtigsten Megatrends gezielt adressieren, allen voran Nachhaltigkeit; die Regionen weiter stärken; unsere Kundenbasis verbreitern; die Kundenzufriedenheit wieder verbessern und unser Produktportfolio überprüfen und optimieren.

Im nächsten Schritt richten wir Grammer für das gesamte Jahrzehnt aus. Dabei orientieren wir uns an Megatrends wie Digitalisierung, Autonomes Fahren, Individualisierung und Nachhaltigkeit. Ausgehend von diesen Megatrends setzen wir uns aktuell intensiv mit den Grammer Produktlinien auseinander.

Unsere strategische Neuausrichtung geht Hand in Hand mit einem nachgeschärften Markenauftritt. Ein neues Logo und ein neuer Schriftzug mit leichter Anmutung. Das neue Erscheinungsbild von Grammer steht für Modernität und Transparenz. Gleichzeitig werden wir die starke Marke und ihre DNA erhalten.

Meine Damen und Herren,

Wir sind vergleichsweise gut durch das Corona-Ausnahmejahr 2020 gekommen. Trotz aller externen Herausforderungen haben wir das vergangene Jahr effektiv für die Transformation von Grammer genutzt.

Das laufende Jahr verlangt wieder sehr viel von uns ab. Das wird uns jedoch nicht daran hindern: Wir führen die strategische Positionierung von Grammer für die Zukunft konsequent fort.

Gleichzeitig frage ich Sie: Was wäre Grammer ohne die Menschen dahinter?

Über 14.000 engagierte Damen und Herren, die in ganz besonderer Weise zusammenarbeiten – als ein Team, als One Grammer. Die mit Offenheit und gegenseitigem Respekt an einem Ziel arbeiten. Unser gemeinsamer Antrieb ist die Leidenschaft, Lösungen für unsere Kunden zu entwickeln. Mit hoher Eigenverantwortung jedes Einzelnen für das große Ganze. Das macht Grammer aus. Und deshalb danke ich unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihr außerordentliches Engagement. In einem persönlich wie beruflich sehr anstrengenden Jahr. Die Weichen in eine positive Zukunft für GRAMMER haben wir alle gemeinsam gestellt.

Werte Aktionärinnen und Aktionäre,

ich habe am Anfang über Vertrauen gesprochen. Vertrauen hat viele Facetten: sich gegenseitig „über den Weg trauen“, jemandem „etwas zutrauen“ und auch, „sich selbst trauen“ – Mut haben. Ich danke IHNEN für all das im Namen des gesamten Teams. Danke für IHR anhaltendes Vertrauen!