

**Es gilt das gesprochene Wort**

## **Hauptversammlung der Grammer AG**

**10. Mai 2023**

### **Rede von Jens Öhlenschläger, Sprecher des Vorstands**

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre!

Sehr geehrte Mitglieder des Aufsichtsrats!

Meine Damen und Herren!

Auch ich begrüße Sie recht herzlich zur ordentlichen Hauptversammlung der Grammer AG.

2022, was war das für ein bewegtes Jahr?

- Corona Lockdowns, Halbleitermangel, Krieg in der Ukraine, unterbrochene Lieferketten, drastisch gestiegene Preise.
- Ein Jahr voller Herausforderungen für GRAMMER, wie für viele andere Unternehmen auch.
- Und dennoch hat GRAMMER, trotz schwierigster Umfeldbedingungen, „geliefert“!

Wir sind dabei unserem Leitsatz gefolgt, dass Verlässlichkeit und Vertrauen gegenüber Banken, Investoren und Kunden entscheidende Faktoren sind, unsere Wachstumspläne zu realisieren.

Ebenso wichtig war es, in diesen instabilen Zeiten

strategische Leitplanken zu haben, die Orientierung geben, Richtung weisen, die dabei unterstützen, unser Unternehmen weiterzuentwickeln.

Bei GRAMMER sind diese Leitplanken unsere 5 Fokusbereiche oder Themenfelder, mit denen wir unter dem Motto „5 for 5 in 2025“ klar definierte Ziele erreichen wollen.

Auf Einzelheiten dieser Initiative komme ich später in meinen Ausführungen zurück.

Kurz gesagt:

GRAMMER hat sich im letzten Jahr weiterentwickelt, wir sind gut in das Jahr 2023 gestartet und schauen optimistisch nach vorne.

Jetzt möchte ich Ihnen zunächst einen Überblick über den Verlauf des Geschäftsjahres 2022 geben.

Wie eingangs erwähnt, war 2022 ein Jahr schwieriger Marktbedingungen, mit massiven Preissteigerungen bei Material, Energie und Transportleistungen. In solchen Zeiten kann man nur bestehen, wenn man belastbare Kundenbeziehungen entwickelt hat. Die Verhandlungen mit unseren Kunden zur teilweisen Weitergabe der enormen Preissteigerungen waren sicherlich nicht immer einfach - manchmal hart. Aber am Ende doch immer partnerschaftlich und schließlich auch erfolgreich.

Des Weiteren wurden im vergangenen Jahr die Maßnahmen zur Effizienzsteigerung und Kostenreduktion in allen Bereichen nochmals intensiviert und konnten ebenso einen erheblichen Beitrag leisten. Damit hat GRAMMER im letzten Jahr erneut bewiesen, dass wir unsere Ziele auch unter schwierigen Bedingungen erreichen können.

**Lassen Sie mich das Geschäftsjahr 2022 mit einigen Zahlen zusammenfassen:**

Trotz aller schwierigen Umstände konnten wir unseren Umsatz um 13,4% deutlich steigern: währungsbereinigt um 8,9% auf rund 2,2 Mrd. €. Getragen wurde das Wachstum von allen drei Regionen, EMEA, APAC und AMERICAS, wie auch von beiden Divisionen, Commercial Vehicles und Automotive. Darüber hinaus konnten in beiden Divisionen sehr hohe Auftragseingänge verbucht werden. In der Division Automotive wurden Neuaufträge im Gesamtwert von 1,6 Mrd. € vereinnahmt, in der Division Commercial Vehicles Neuaufträge in Höhe von 900 Mio. €.

Das EBIT, das Ergebnis vor Zinsen und Steuern, war allerdings negativ. Ursächlich hierfür waren Wertberichtigungen in der Region AMERICAS aufgrund gestiegener Zinsen.

Das operative EBIT – unsere entscheidende Erfolgsgröße – konnten wir hingegen von 22,8 auf 35,5 Mio. € steigern, entsprechend mit unserer im Frühjahr 2022 verkündeten Prognose. Die operative EBIT-Rendite konnte entsprechend von 1,2% auf 1,6% gesteigert werden.

Wenn wir die Entwicklung über das gesamte Geschäftsjahr 2022 hinweg betrachten, ist festzuhalten, dass wir nach einem schwierigen ersten Halbjahr im dritten Quartal den Turnaround geschafft haben. Und uns ein beeindruckender Endspurt im vierten Quartal gelungen ist.

Das gilt insbesondere für das operative EBIT und die operative EBIT-Marge. Auch in der Region AMERICAS haben wir bei der operativen EBIT-Marge im vierten Quartal die Trendwende ins Positive vollzogen.

Jedoch liegt in dieser Region noch ein gutes Stück Weg und Arbeit vor uns, um nachhaltige, zufriedenstellende Ergebnisse zu erreichen, dazu später im Strategieteil mehr.

### **Schauen wir auf die Mitarbeiterentwicklung im Jahr 2022:**

Die Gesamtzahl unserer Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen ist über das Jahr mit rund 14.000 recht stabil geblieben.

Dabei gab es allerdings Veränderungen und Verschiebungen zwischen den 3 Regionen.

In der Region EMEA beschäftigt GRAMMER zwar nach wie vor mehr als die Hälfte seiner weltweiten Belegschaft.

2022 ist hier jedoch im Automotive-Geschäft die Mitarbeiterzahl leicht zurückgegangen, hervorgerufen durch den Halbleitermangel und die dadurch bedingte Stagnation.

In der Region APAC ist dagegen die Mitarbeiterzahl durch neue Produktionsstandorte und den Hochlauf der Produktion in den GRAMMER Werken Shenyang und Hefei um ca. 8% angestiegen. In der Region AMERICAS blieb die Anzahl der Beschäftigten im Vergleich zum Vorjahr nahezu unverändert.

Ein entscheidender Faktor unseres Erfolges in diesem schwierigen Jahr 2022 war sicherlich das Engagement unserer Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, die sich durch große Flexibilität, leidenschaftliches Mitwirken und hohe Einsatzbereitschaft ausgezeichnet haben.

Was gerade in unruhigen Zeiten als starke Stütze und als stabiles Fundament, nicht hoch genug anerkannt werden kann.

Für dieses Engagement und die Motivation, die unsere Kolleginnen und Kollegen weltweit gezeigt haben, - und auch weiterhin zeigen - möchte ich mich an dieser Stelle ausdrücklich bedanken.

Ebenso bedanken möchte ich mich bei den Betriebsräten und bei den Arbeitnehmervertretern im Aufsichtsrat für die vertrauensvolle Zusammenarbeit - verbunden mit dem Wunsch, dieses konstruktive Zusammenwirken auch in den nächsten Jahren fortzuführen.

Auch das ist ein wichtiger Beitrag zu einem verständnisvollen, zielorientierten Miteinander, zum Wohle und für den Erfolg unseres Unternehmens.

### **Nun möchte ich zu den Investitionen des vergangenen Jahres kommen.**

Die Investitionen haben sich planmäßig um rund 21 Prozent auf 91,0 Mio. € verringert.

Die Reduktion wurde einerseits durch gezielte Einsparungsmaßnahmen erreicht, andererseits auch durch einen geringeren Betrag an zu aktivierenden Vermögenswerten aus Miet- und Leasingverhältnissen. Ich möchte ausdrücklich darauf hinweisen, dass GRAMMER, trotz der im Jahr 2022 im Vergleich zu den Vorjahren etwas geringer ausgefallenen Investitionen, auch weiterhin in großem Umfang in Innovation, Digitalisierung, neue Produktionsverfahren und Produkte investieren wird.

Im vergangenen Jahr wurde in Anlagen, Maschinen und Werkzeuge für neue Produkte, als auch in den Ersatz von Alt-Anlagen, investiert.

Dazu kamen Investitionen in strategische Schlüsselprojekte, die GRAMMER helfen werden, seine mittel- und langfristigen Ziele zu erreichen.

Wir sind im Begriff, unser Product Lifecycle Management zu digitalisieren. Außerdem haben wir in der Division Commercial Vehicles umfangreich in die Entwicklung von neuen Sitzgenerationen investiert.

In unserem Stammwerk für Sitzproduktion in Haselmühl wurden zielgerichtete, produktionsrelevante Investitionen in Höhe von 7,2 Mio. € vorgenommen, um den Standort zur effizientesten und fortschrittlichsten Produktionsstätte für die Herstellung von Nutzfahrzeug-Sitzen weltweit zu entwickeln. Auf dieses Projekt komme ich später noch zu sprechen.

Ein Großteil der weltweiten Investitionen entfiel mit insgesamt 36 Mio. € auf die Region EMEA.

In der Region APAC wurden 21,5 Mio. € investiert, vornehmlich in Wachstumsprojekte. Dazu zählen:

- Der Auf- und Ausbau neuer Werke in Shenyang und Hefei.
- Die Erweiterung von Produktionskapazitäten zur Bewältigung der vielen Neuaufträge, die insbesondere von lokalen Fahrzeugproduzenten nominiert wurden.
- Und nicht zuletzt der Ausbau von Entwicklungs- und Testkapazitäten, um die Region APAC unabhängiger und selbständiger zu machen. Hierbei kooperieren wir intensiv mit unserem Investor Ningbo Jifeng, um Synergien zu heben und Effizienzen zu steigern.

Auf die Region AMERICAS entfielen 19,7 Mio. €. Ein Schwerpunkt der Investitionen dort bildete der weitere Ausbau der mexikanischen Produktionsstandorte mit ca. 9,0 Mio. € und der Aufbau der Nutzfahrzeug Sitzfertigung am Standort Delphos in Ohio mit ca. 5,0 Mio. €.

### **Schauen wir uns das Eigenkapital und die Verschuldungskennzahlen an.**

Das Eigenkapital reduzierte sich um 44,5 Mio. € auf rund 301,1 Mio. €. Die Eigenkapitalquote beträgt somit 20,8%. Im Wesentlichen wurde dies durch die bereits erläuterte Wertminderung aufgrund gestiegener Zinsen in der Region AMERICAS verursacht. Der Verschuldungsgrad, das Leverage, also das Verhältnis von Nettoverschuldung zu EBITDA, konnten wir gegenüber dem Vorjahr auf jetzt 3,7 verbessern. Das Gearing, das Verhältnis der Neuverschuldung zum

Eigenkapital, hat sich aufgrund des Rückgangs des Eigenkapitals etwas verschlechtert: von 122% auf 143%. Insgesamt sehen wir uns – gerade mit Blick auf das herausfordernde Marktumfeld – im Finanzierungsbereich als solide aufgestellt.

**Werfen wir jetzt noch einen Blick auf die geschäftliche Entwicklung in unseren drei Regionen.**

In unserer größten **Region EMEA** wurde ein Umsatz von 1,1 Mrd. € erzielt und somit etwa die Hälfte des Gesamtumsatzes erwirtschaftet. Dabei stieg der Umsatz um 6,6% zum Vorjahr an, währungsbereinigt sogar um fast 8%.

Ein besonders starkes Umsatzwachstum verzeichneten wir dabei in der Division Commercial Vehicles, die um 10,8% zulegen konnte.

Trotz deutlicher Preissteigerungen bei Material, Logistik und Energie konnte die Region EMEA das operative EBIT von 47,2 Mio. € auf 60,0 Mio. € steigern. Die operative EBIT-Marge stieg von 4,4% auf 5,3% an.

In der **Region AMERICAS** konzentrierten wir uns auf Turn-Around-Aktivitäten und das Programm „P2P“, den Path to Profitability – der Weg zurück zur Profitabilität.

Diese Initiative zeigte im 4. Quartal 2022 erstmals positive Auswirkungen und konnte einen Ergebnisbeitrag leisten.

Der Umsatz in der Region AMERICAS wuchs im Jahr 2022 auf 672,5 Mio. € an, ein Plus von 29,9%.

Dabei ist auch in dieser Region der Zuwachs in der Division Commercial Vehicles und dabei insbesondere bei der Produktion von Nutzfahrzeug Sitzen besonders hoch ausgefallen.

Das EBIT wie auch das operative EBIT, waren im Gesamtjahr 2022 allerdings noch negativ. Das EBIT wurde insbesondere durch die schon angesprochene Wertminderung aufgrund gestiegener Zinsen negativ belastet.

Für das Jahr 2024 streben wir in der Region AMERICAS ein ausgeglichenes Ergebnis an.

Unsere **Region APAC** ist beim Umsatz zwar unsere kleinste Region, liefert gleichzeitig aber die höchsten Renditen. Das Jahr 2022 war insbesondere in China von den Covid-Lockdowns, Produktionsstopps, Halbleitermangel, Lieferschwierigkeiten und gegen Ende des Jahres durch hohe Krankenstände, verursacht durch COVID Infektionen, geprägt.

Alles in allem also auch dieser Region ein ebenfalls herausforderndes Jahr für GRAMMER.

Trotz dieser Schwierigkeiten konnte der Umsatz in APAC nahezu stabil bei 426,7 Mio. € gehalten werden. Währungsbereinigt war eine geringe Reduktion um -1,3% gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen.

Die operative EBIT-Marge lag bei 11,4%. Das bedeutet eine Reduktion gegenüber dem Vorjahr, verursacht durch COVID bedingte niedrigere Umsätze, höhere Frachtkosten aufgrund teilweise unterbrochener Lieferketten und Anlaufkosten für neue Standorte.

In Zukunft wird die Region CHINA weiter an Bedeutung für GRAMMER gewinnen und wird unser stärkster Wachstumsmarkt sein.

Die neuen Produktionsstandorte in Hefei und Shenyang erweisen sich aufgrund der hohen Anzahl gebuchter Neuaufträge jetzt schon als zu klein und müssen erweitert werden. Weitere, zusätzliche Produktionswerke werden hinzukommen.

Zur Kostenreduktion streben wir nach maximaler Auslastung der Werke und untersuchen hierbei Möglichkeiten von Kooperationen, mit unserem Investor Ningbo Jifeng.

### **Damit kommen wir zum Jahr 2023 und den Ausblick auf die Folgejahre.**

Ich darf Sie bitten, einen kurzen Blick auf das erste Quartal 2023 zu werfen.

Wir sind optimistisch ins neue Jahr gestartet und konnten unsere positive Entwicklung aus der zweiten Jahreshälfte 2022 im ersten Quartal fortsetzen.

Trotz der weiterhin schwierigen gesamtwirtschaftlichen Bedingungen haben wir den Umsatz als auch das Ergebnis im Vergleich zum Vorjahreszeitraum deutlich gesteigert.

Beim Umsatz konnten wir im ersten Quartal ein Wachstum von 14,4% auf 589,1 Mio. € erzielen. Um Währungseffekte bereinigt lag das Umsatzwachstum gleichauf.

Das EBIT belief sich im ersten Quartal auf 11,7 Mio. €, das operative EBIT lag bei 13,9 Mio. € und damit deutlich über dem Niveau des ersten Quartals 2022 mit -2,5 Mio. €. Die operative EBIT-Rendite hat sich von -0,5% im Vorjahresquartal auf jetzt 2,4% verbessert.

Zu der erfreulichen Entwicklung haben sowohl unsere drei Regionen als auch beide Divisionen beigetragen. Für das laufende Geschäftsjahr erwarten wir einen Umsatz auf Vorjahresniveau in Höhe von rund 2,2 Mrd. €.

Wir gehen derzeit von keinem zusätzlichen Umsatzwachstum aus, da wir auch weiterhin mit gesamtwirtschaftlichen und branchenseitigen Unsicherheiten rechnen.

Anders beim operativen EBIT: Hier rechnen wir mit einer Verdoppelung im Vergleich zum Vorjahr auf rund 70,0 Mio. €.

Entscheidend für die Erreichung dieses Ziels werden eine Reihe von Faktoren sein:

- Unabdingbar sind signifikante Fortschritte bei unserem Restrukturierungsprojekt P2P in der Region AMERICAS.
- Es bedarf weiterer Effizienzsteigerungs- und Kostensenkungsinitiativen in allen Bereichen und Standorten.
- Und entscheidend wird auch wieder sein, in welchem Umfang wir Einigungen mit unseren Kunden über die Weitergabe der nach wie vor sehr stark belastenden Kostensteigerungen erzielen können.

Ich bin jedoch zuversichtlich, dass uns dies erneut gelingen wird.

Außerdem gehen wir davon aus, dass es 2023 keine neuen Lockdowns in unserer ertragsstärksten Region CHINA geben wird und wir von größeren makroökonomischen Verwerfungen verschont bleiben.

Wie auch schon im Vorjahr, werden die positiven Effekte voraussichtlich erst sukzessive im Jahresverlauf Wirkung zeigen.

Das heißt, wir rechnen wieder mit einer deutlich stärkeren zweiten Jahreshälfte.

Wie zu Beginn angekündigt, möchte ich Ihnen jetzt die Eckpfeiler unserer Mittelfriststrategie erläutern, die unter dem Motto „**5 for 5 in 2025**“ im letzten Jahr verabschiedet wurde.

Im Mittelpunkt stehen fünf Schwerpunktthemen, die dazu beitragen werden, bis zum Jahr 2025 eine operative EBIT-Marge von über fünf Prozent zu erreichen.

Dabei konzentrieren wir uns auf die Themen „**Profitables Wachstum**“, „**Kundenzufriedenheit**“, „**Nachhaltigkeit**“, „**Innovation und Digitalisierung**“ und auf unsere Stellung als „**Bevorzugter Arbeitgeber**“.

Was wir in diesen Themenschwerpunkten bereits im Jahr 2022 konkret erreicht haben, möchte ich Ihnen anhand einiger Beispiele erläutern.

### **Der erste Baustein unserer Strategie ist profitables Wachstum.**

Wir wollen insbesondere in den Regionen AMERICAS und CHINA wachsen, neue Kunden gewinnen. Wir erweitern unser Produktportfolio und bauen unsere starken Positionen bei Sitzen und Konsolen aus.

Ganz entscheidend für die Erreichung unserer Wachstums- und Profitabilitätsziele ist die Sicherung der finanziellen Stabilität und die Rückkehr in die Gewinnzone in unserer Region AMERICAS.

Dafür wurde das Programm P2P – Path to Profitability – zurück zur Profitabilität, aufgesetzt.

Hier sehen wir drei Handlungsfelder, die uns die notwendigen Ergebnisbeiträge liefern werden:

Erstens erwarten wir eine Fortführung der Kundenkompensationen.

Zweitens führen wir die Maßnahmen zur Steigerung der operativen Leistungsfähigkeit fort.

Und drittens optimieren wir unser Produktionsnetzwerk in den USA, mit dem Ziel einer deutlich besseren Auslastung der Werke. Insgesamt sehen wir uns mit den geplanten Maßnahmen auf gutem Weg zur Zielerreichung.

Ein weiteres Fokusthema ist die „**Kundenzufriedenheit**“ oder auch „**Customer Excellence**“.

Grundlage für eine Verbesserung in diesem Bereich ist das rechtzeitige Erkennen von Defiziten und Mängeln durch einen regelmäßigen konstruktiven Austausch mit unseren Kunden. Hier gilt es proaktiv zu sein, auf den Kunden zuzugehen und einen offenen Dialog zu führen:

Wichtig dafür waren die Ergebnisse und Rückmeldungen aus der letzten Kundenzufriedenheitsanalyse und den daraus von uns gestarteten Aktivitäten.

Um unsere Kunden zufriedener zu machen, optimieren wir den Produktentstehungsprozess bei GRAMMER in Richtung kürzerer Entwicklungszeiten und stark verbesserter, problemloser Serienanläufe.

Wir arbeiten daran, unser Projektmanagement noch professioneller zu machen, um eine reibungslose und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Kunden auch bei komplexen Projekten sicher zu stellen. Unter anderem wurde ein Projektmanagement-Trainingsprogramm gestartet, das die methodischen und analytischen Fähigkeiten unserer Projektmanager weiterentwickelt und Prozesse in der Projektierung standardisiert.

Zielsetzung zur Erlangung von Kundenzufriedenheit ist ebenfalls eine perfekte Produktqualität, ausgedrückt durch keinerlei Produktfehler und eine 100%ige Liefertreue.

Erste Erfolge bei der Erlangung größerer Kundenzufriedenheit lassen sich an den hohen Auftragseingängen für beide Divisionen im vergangenen Jahr ablesen. Nie zuvor wurden in der Division Automotive höhere Neuaufträge verbucht.

Drittes strategisches Fokus Thema ist **Nachhaltigkeit**.

Als großes Unternehmen mit weltweit über 14.000 Beschäftigten sehen wir hier eine besondere Verantwortung für uns, aber gleichzeitig auch zahlreiche Chancen. Denn Nachhaltigkeit ist für uns kein Muss, sondern eine Selbstverständlichkeit und ebenso eine Leitlinie für zukünftiges Geschäft, für Märkte und Produkte.

Als produzierendes Unternehmen liegt ein Schwerpunkt unserer Nachhaltigkeitsstrategie in der Erhaltung unserer Umwelt und der Abschwächung des Klimawandels. Deswegen haben wir uns verpflichtet, das 1,5 Grad-Ziel des Pariser Klimaabkommens auch für uns als Richtschnur zu sehen. Wir wollen bis 2040 bei unseren betrieblichen Emissionen (Scope 1 & 2) CO<sub>2</sub>-neutral werden. Dafür streben wir eine Verringerung der betrieblichen CO<sub>2</sub>-Emissionen um 25% bis 2025 und um 50% bis 2030 an.

Lassen Sie mich Ihnen hier einige Beispiele nennen, die unsere Ergebnisse im Streben nach Nachhaltigkeit in unterschiedlichen Tätigkeitsfeldern untermauern.

Da sind zum einen Maßnahmen zur Reduktion von Emissionen und Einsparung von Energie. Im Vergleich zu 2021 wurden die betrieblichen CO<sub>2</sub>-Emissionen um mehr als 10% gesenkt.

Der Anteil von Ökostrom wurde weltweit auf 51% gesteigert. In Deutschland betreiben wir sogar jetzt schon alle Grammer Standorte, mit 100% Ökostrom. Bis 2025 wollen wir weltweit 100% Ökostrom verwenden. Wir haben unsere Energieeffizienz durch Prozess-optimierungen um 5% gesteigert.

Und bis auf 2 Produktionsstandorte sind alle unserer 40 Werke nach ISO 14001, dem internationalen Umweltmanagementsystem, zertifiziert.

Bis 2024 streben wir eine 100% Quote bei der ISO 14001 Zertifizierung an.

Weitere Betätigungsfelder sind die Vermeidung von Abfall, der effiziente Materialeinsatz und die intensive Förderung von Recycling-Kreisläufen. Erfolge wurden dabei mit der Verringerung des Trennmittleinsatzes um 30% bei einem verfahrenstechnischen Prozess erzielt.

Kunststoffabfälle wurden zunehmend durch Nutzung von Regranulierungstechniken reduziert.

Und auch der Verbrauch von Verpackungsmaterial wurde durch Nutzung von Umlaufverpackungen oder durch die Erhöhung von Packdichten optimiert.

Nicht zuletzt entstehen bei GRAMMER innovative, nachhaltige Produkte:

Im letzten Jahr haben wir im Auftrag eines großen Kunden eine neue Konsole entwickelt. Bei diesem Projekt wurden die CO<sub>2</sub>-Emissionen um mehr als 50% reduziert. Außerdem ist die neue Konsole deutlich leichter als das Vorgänger-Produkt und wir verwenden Rezyklate. Diese Anforderungen hat GRAMMER wir nach Aussage des Kunden im Wettbewerbsvergleich am besten gelöst.

Unser neues Sitzsystem für Busse und Bahnen Ubility One ist besonders nachhaltig und zeichnet sich durch Leichtigkeit und Kompaktheit aus.

Man sieht: Wir unterstützen unsere Kunden aktiv dabei, nachhaltiger zu werden.

Das vierte Handlungsfeld unserer „5 for 5 in 2025“ Strategie ist die Förderung von **Innovation und Digitalisierung**.

Als Meilenstein hinsichtlich Industrie 4.0 sehen wir die Prozess-Innovationsoffensive mit dem Namen „Mayflower“ in unserem Stammwerk Haselmühl.

Wir wollen uns mit dem Projekt Mayflower zum effizientesten und fortschrittlichsten Hersteller von Nutzfahrzeugsitzen weltweit entwickeln. Dafür setzen wir modernste Technologien und Digitalisierung ein und tätigen zielgerichtete, produktionsrelevante Investitionen.

Im Rahmen des Projektes wurde im vergangenen Jahr eine neue Servotransferpresse in Betrieb genommen, die eine wesentlich höhere Produktivität ermöglicht und das bei deutlich geringerem Energieverbrauch.

Wir steigern damit unsere Wettbewerbsfähigkeit und leisten gleichzeitig einen substantziellen Beitrag zu unserer Nachhaltigkeitsstrategie.

Mit dem Projekt Mayflower sehen wir uns bestens gerüstet, um unsere Führungsposition auf dem Weltmarkt für Nutzfahrzeugsitze konsequent weiter auszubauen.

Ein weiteres Beispiel unserer Innovationsfähigkeit im Produktbereich ist die gemeinsam mit Volkswagen entwickelte neuartige Mittelkonsole für den vollelektrischen MultiVan ID Buzz, die sich durch ihre Multifunktionalität auszeichnet und gleichzeitig auch als Aufbewahrungsbox außerhalb des Fahrzeugs genutzt werden kann. Diese Mittelkonsolen-Box lässt sich mit einem Tastendruck entriegeln und dort positionieren, wo sie gebraucht wird, im Fahrzeug oder nach dem Entnehmen auch draußen.

Weitere Produktinnovationen bei GRAMMER sind zum Beispiel:

Sitze für Gabelstapler, die den Fahrer bei Gefahr durch Vibrationsalarme warnen, durch sogenanntes Haptic Warning, und somit die Sicherheit erhöhen.

Der Vibrationsalarm weist auf Gefahren hin, - zusätzlich zu den vorhandenen akustischen Signalen -, die in dem oftmals lauten Umfeld nicht immer wahrgenommen werden. Oder unsere ErgoPlus Multifunktionsarmlehne für Nutzfahrzeugsitze, die ein Maximum an Komfort und Ergonomie bietet.

Mit ihr kann der Fahrer die Armlehne sechsfach verstellen – vor/zurück, hoch/runter, Neigung links/rechts. Diese weltweit einzigartige Anpassungsfähigkeit kommt vor allem Maschinentypen zugute, in denen der Fahrer über Stunden beidhändig Hydraulik-Steuerhebel oder Joysticks bewegt, beispielsweise in Fahrzeugen der Bauindustrie.

Beim Thema Nachhaltigkeit gerade eben habe ich vorrangig auf Umweltaspekte abgestellt.

Jedoch bedeutet Nachhaltigkeit viel mehr, als nur einen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten!

In dem Kürzel ESG stecken Umwelt, Soziales und Governance. Dabei spielt die zweite Säule von Nachhaltigkeit bzw. ESG – Soziales - bei uns eine wichtige strategische Rolle.

Hier stellen wir unsere Mitarbeiter, deren Zufriedenheit und unsere Attraktivität als Arbeitgeber in den Mittelpunkt.

Unser erklärtes Ziel: Wir wollen bevorzugter Arbeitgeber in unserer Branche werden:

Sowohl für Bewerberinnen und Bewerber, wie auch für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit. Wir bei GRAMMER pflegen eine besondere Unternehmenskultur, die in unserem Way of Working Konzept definiert ist. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sollen

das bestmögliche Umfeld geboten bekommen, um ihr Potenzial zu entfalten und mit ihrer Arbeit einen wertvollen Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten zu können. In den vergangenen Jahren wurde daran gearbeitet, GRAMMER zu einem attraktiven Arbeitgeber zu machen. Vieles in dieser Richtung wurde schon erreicht, was auch extern wahrgenommen und anerkannt wird. 2022 wurde GRAMMER als einer der attraktivsten Arbeitgeber Deutschlands ausgezeichnet. Wir bei GRAMMER garantieren Gleichstellung, leben Integration und Diversität und bieten gute Weiterbildungsmöglichkeiten. Denn unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind die beste Garantie, für eine erfolgreiche Zukunft.

Damit komme ich zum Schluss meiner Rede.

Das Jahr 2022 war ein schwieriges Jahr, ein Jahr voller Herausforderungen.

Aber wir haben die Zeit genutzt, unser Unternehmen weiterzuentwickeln und haben gegen Ende des Jahres in vielen Aspekten nicht nur den Turnaround geschafft, sondern deutliche Fortschritte gemacht.

Der Start ins Jahr 2023 war ebenfalls positiv.

Wir haben eine klare Mittelfrist-Strategie für eine erfolgreiche Zukunft von GRAMMER, unser Programm „**5 for 5 in 25**“.

Wir wollen und werden bis 2025 eine operative EBIT-Marge von 5% erreichen.

Wir schauen voller Zuversicht auf die nächsten Jahre von GRAMMER, bieten Lösungen für eine Welt in Bewegung und liefern, worauf es ankommt.

Dafür stehen meine Vorstandskollegin Frau Keblyte und ich und alle 14.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei GRAMMER.

Vielen herzlichen Dank!