



FRIWO setzt auf Innovation und Effizienz

Ordentliche Hauptversammlung 2018

Ausführungen von

**Rolf Schwirz
Vorstandsvorsitzender,
Ressorts Vertrieb und Entwicklung**

**Martin Schimmelpfennig
Vorstandsmitglied
Ressorts Finanzen und Produktion**

Ostbevern, 15. Mai 2018

Es gilt das gesprochene Wort!

Teil I: Rolf Schwirz

Begrüßung

Meine sehr geehrten Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr geehrte Freunde der FRIWO,
meine Damen und Herren,

ich begrüße Sie herzlich – auch im Namen meines Vorstandskollegen Herrn Martin Schimmelpfennig – zur heutigen ordentlichen Hauptversammlung der FRIWO AG. Mein Gruß gilt auch den anwesenden Geschäftspartnern, den Vertretern der Banken sowie dem Bürgermeister von Ostbevern, Herrn Wolfgang Annen. Ich freue mich sehr über Ihr Interesse an unserem Unternehmen.

Fazit 2017

Wir können Ihnen heute über ein gutes Geschäftsjahr 2017 berichten. Wie schon im Jahr zuvor wurden die ursprünglichen Erwartungen des Vorstands übertroffen. Dies gilt auch für die Ergebnisentwicklung. Zwei Mal haben wir im vergangenen Jahr unsere Ergebniserwartung nach oben angepasst. Am Ende stand beim Konzernergebnis vor Zinsen und Steuern, dem EBIT, ein Gewinn von 10,0 Mio. Euro nach 6,6 Mio. Euro im Jahr zuvor. Damit hat FRIWO zum zweiten Mal in Folge das EBIT um rund die Hälfte gesteigert.

Auch beim Konzernumsatz zeigt der Trend leicht nach oben: Die Erlöse nahmen um 5,0 Prozent auf 141,3 Mio. Euro zu, nachdem sie im Vorjahr noch rückläufig gewesen waren, auch bedingt durch den bewussten Rückzug aus margenschwächeren Geschäften.

Umsatz und Ergebnis haben sich also positiv entwickelt. Dennoch – und da sind wir bei FRIWO alle einig – muss das Unternehmen weiter verändert werden. Wir befinden uns in teilweise sehr dynamischen Märkten mit steigendem Wettbewerbsdruck. Wollen wir in diesen Märkten auch mittel- und langfristig erfolgreich sein, müssen wir alles daran setzen, in Zukunft

schneller und noch professioneller für unsere Kunden zu arbeiten. Darüber hinaus müssen wir uns strategisch weiterentwickeln, um bei den sich abzeichnenden Technologiesprüngen wie zum Beispiel in der Elektromobilität eine wichtige Rolle einnehmen zu können. Ich werde im Folgenden noch auf die Aufgaben und Herausforderungen eingehen, denen sich FRIWO stellen muss.

Beginnen wir aber mit dem, was wir auf der Habenseite verbuchen können – mit den Stärken unserer Gruppe, die wesentlich verantwortlich waren für die gute Geschäftsentwicklung im vergangenen Jahr.

Konzentration auf potenzialträchtige Märkte

Grundsätzlich zeigt sich, dass unsere Ausrichtung auf Kunden, die die Fähigkeiten und die große Erfahrung unserer Ingenieure nutzen wollen, richtig ist.

FRIWO hat sich ja bekanntlich auf die Zielmärkte Werkzeuge und Gartengeräte, Industrie, Medizintechnik und Elektromobilität spezialisiert. Kunden in diesen Branchen benötigen bei Stromversorgungen und Ladegeräten in der Regel anspruchsvolle und individuelle Lösungen mit Blick auf Spezifikationen, Leistungsstärke und Design. Diese Anforderungen können wir mit unserem Ingenieurs-Know-how erfüllen, wobei es zukünftig immer mehr unser Anspruch sein muss, den Kunden Lösungen anzubieten, die Ihnen Mehrwerte über die eigentliche Spezifikation hinaus liefern - Mehrwerte, die von unseren Wettbewerbern nicht so leicht kopiert werden können.

Leistungsstarke Produktionsbasis

Meine Damen und Herren,

ein strategischer Vorteil ist zweifellos auch die 2015 begonnene Neuordnung unserer weltweiten Produktionskapazitäten, die wir im vergangenen Jahr im Wesentlichen abgeschlossen haben. FRIWO hat nun eine flexible und leistungsstarke Basis mit starken Standbeinen in Europa und Asien. Der Vorstand hat Ihnen auf den vergangenen

Hauptversammlungen ausführlich über die Neuordnung berichtet, insbesondere über die Vorteile des neuen Produktionswerkes in Vietnam.

Die Produktion in der Fertigungsstätte nahe der Hauptstadt Ho-Chi-Minh-Stadt haben wir weiter hochgefahren. Im vergangenen Jahr wurden bereits 35 Prozent des Konzernumsatzes aus diesem Werk generiert. Die Produktion stellt uns mit Blick auf die hohe Produktqualität und Lieferpünktlichkeit sehr zufrieden. Was uns besonders freut, ist die Tatsache, dass wir auch von unseren ganz großen Kunden, die das Werk zu Auditierungszwecken besuchen, eine sehr positive Resonanz erhalten.

Wenn ich an dieser Stelle unsere ganz großen Kunden erwähne, dann spreche ich von globalen Marktführern in ihren jeweiligen Branchen. Diese Kunden haben allerhöchste Anforderungen an ihre Lieferanten, und diese Anforderungen werden auch streng auditiert. Deshalb ist es nicht übertrieben zu sagen: Das Werk in Vietnam ist in unserer Branche „state of the art“.

Positiv hat sich auch die Wandler- und Drosselfertigung entwickelt, die FRIWO Anfang 2017 in unmittelbarer Nähe zum Werk in Ho-Chi-Minh-Stadt übernommen hatte. Wir fertigen nun wichtige Komponenten für unsere Geräte selbst und erhöhen damit die Wertschöpfungstiefe. Die Wandlerfertigung erfüllte im ersten Jahr unsere Erwartungen voll und lieferte bereits einen positiven Ergebnisbeitrag. Wir werden auch künftig prüfen, ob wir die Wertschöpfungstiefe erhöhen, um uns in punkto Liefersicherheit, Produktivität und Produktqualität weiter zu verbessern.

Ein fester Bestandteil unseres Produktionsmixes ist und bleibt natürlich unser Werk hier am Stammsitz in Ostbevern. Durch den Aufbau der Fertigung in Vietnam und die Neuordnung unserer asiatischen Zulieferer können wir uns in Ostbevern nun noch gezielter auf spezielle, anspruchsvolle Aufträge mit kleineren Stückzahlen konzentrieren. Während es in Asien also heisst: „Low Mix – High Volume!“ ist es hier gerade umgekehrt. Um es klar zu sagen: Unser Engagement in Asien ist keine Konkurrenz zu Ostbevern, sondern die beste Maßnahme für die langfristige Sicherung dieses Standortes. Nur mit einer starken und flexiblen

Produktionsbasis sowohl in Europa als auch in Asien werden wir auch künftig in unseren Märkten Erfolg haben.

Schnellere und effizientere Prozesse

Zur guten Performance 2017 hat sicher auch beigetragen, dass wir zahlreiche interne Abläufe vereinfachen und beschleunigen konnten. Der Kampf für mehr Kunden- und Marktnähe ist ja immer auch ein Kampf gegen die interne Routine und Bürokratie. Dieses Prozessmanagement ist mit dem Aufbau unserer eigenen Produktionskapazitäten in Asien umso wichtiger geworden. Immerhin arbeiteten per Ende vergangenen Jahres rund 1.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und damit fast 86 Prozent der Konzernbelegschaft in Vietnam und China und damit fernab von Ostbevern.

Dieser Umstand erfordert IT- und Kommunikationssysteme, die zum Beispiel sicherstellen, dass an allen Standorten der gleiche Informationsstand über ein Kundenprojekt herrscht. Dieser Umstand erfordert auch ein zielorientiertes und kollegiales Miteinander in der Belegschaft, auch wenn der Kollege einige tausend Kilometer entfernt arbeitet. Ich glaube, dass wir 2017 in dieser Hinsicht ein gutes Stück weiter gekommen sind, wobei die Verbesserung der internen Effizienz und Kommunikation ganz klar auf unserer Agenda bleiben wird.

Dank an die Belegschaft

Und da wir gerade beim Thema Mitarbeiter sind, so möchte ich nicht versäumen, allen Kolleginnen und Kollegen unseres Unternehmens meinen Dank für die geleistete Arbeit im Jahr 2017 auszusprechen. FRIWO hat viele Weichen neu und in die richtige Richtung gestellt, und das Resultat sehen Sie in den guten Ergebnissen des vergangenen Jahres. All diese Veränderungen haben unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, egal ob hier oder in Asien, viel Einsatz und Engagement abverlangt. Dafür bedanke ich mich im Namen von Vorstand und Aufsichtsrat ganz herzlich!

Ich übergebe nun an meinen Vorstandskollegen Herrn Schimmelpfennig, der Ihnen die wesentlichen Kennzahlen des Jahres 2017 näher erläutern wird.

Teil II: Martin Schimmelpfennig

Vielen Dank, Herr Schwirz. Auch von meiner Seite Ihnen ein herzliches Willkommen.

Ich werde mich im Folgenden auf die wichtigsten Kennzahlen des Geschäftsjahres 2017 beschränken. Wer es detaillierter wissen möchte, findet alle wichtigen Informationen im FRIWO-Geschäftsbericht, der Ihnen vorliegt bzw. hier im Saal erhältlich ist. Darüber hinaus können wir natürlich gerne den einen oder anderen Aspekt in der anschließenden Generaldebatte vertiefen.

Kennzahlen des Jahres 2017

Beginnen wir mit einem Blick auf den Umsatz:

- Der Konzernumsatz nahm um 5,0 Prozent zu und erreichte 141,3 Mio. Euro. Diese Entwicklung entsprach unseren Erwartungen.
- Wachstumstreiber waren die strategischen Bereiche Elektromobilität, Medizintechnik sowie Haus- und Gartengeräte. Der Anteil des internationalen Geschäfts am Umsatz erhöhte sich von 54 Prozent auf 60 Prozent. Alle Regionen außer Deutschland konnten bei den Erlösen zulegen. Im Inlandsmarkt wirkte sich der Rückzug aus margenschwächeren Produkten weiterhin umsatzmindernd aus.
- Betrachtet man die Umsatzverteilung nach Produktionsland, so stammten vergangenes Jahr 44 Prozent der Gesamterlöse aus europäischer Fertigung, das waren drei Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Der Anteil Vietnams nahm – wenig überraschend – von 31

auf 45 Prozent zu. Dagegen sank der Umsatzanteil Chinas deutlich von 28 auf 9 Prozent, da wir uns bekanntlich von früheren Partnern in China zugunsten des Kapazitätsaufbaus in Vietnam getrennt hatten.

Nun zur Ertragsentwicklung:

- Dass sich die Ausrichtung unseres Kunden- und Produktportfolios auf Rentabilität sowie die Veränderung unserer Produktionsstrukturen auszahlen, zeigt bereits das Bruttoergebnis, also der Umsatz abzüglich der Kosten für die umgesetzten Leistungen. So nahm die Bruttomarge vom Umsatz um immerhin 3,6 Prozentpunkte auf 15,7 Prozent zu.
- Das EBIT, also das Ergebnis vor Zinsen und Steuern, erreichte 10,0 Mio. Euro. Das ist ein Anstieg zum Vorjahr um 52,1 Prozent, der deutlich über unseren ursprünglichen Erwartungen lag. In der Folge haben wir 2017 zwei Mal die Ergebnisprognose nach oben revidiert. Alle Regionen trugen zu dem Ertragssprung bei. Der größte prozentuale Zuwachs kam dabei aus dem Inland, trotz des rückläufigen Umsatzes. Das zeigt Ihnen, dass wir den Grundsatz „Ertrag geht vor Umsatz“ ernst nehmen.
- Die EBIT-Rendite, also das Verhältnis des EBIT zum Umsatz, nahm deutlich von 4,9 Prozent auf 7,1 Prozent zu. Wenn Sie bedenken, dass die operative Rentabilität in den Jahren zuvor deutlich unter 5 Prozent, teilweise sogar unter 2 Prozent gelegen hatte, erkennen Sie die erheblichen Fortschritte, die unser Unternehmen bei der Fokussierung auf Margen und Rendite gemacht hat.
- Nach Berücksichtigung des Finanzergebnisses und der Steuern weist FRIWO für 2017 ein Konzernergebnis nach Steuern von 7,0 Mio. Euro aus nach 4,0 Mio. Euro im Vorjahr – ein Plus um rund 75 Prozent. Das entspricht einem Ergebnis je Aktie von 91 Eurocent nach 52 Eurocent im Jahr zuvor.

Nun noch ein paar Worte zur Konzernbilanz:

- Die Vermögens- und Finanzlage unseres Konzerns per 31. Dezember 2017 hat sich gegenüber dem gleichen Stichtag des Vorjahres nicht signifikant verändert. Sie ist nach wie vor solide und geordnet. Die Bilanzsumme lag mit 60,8 Mio. Euro um 3,1 Mio. Euro über dem Vergleichswert. Die leichte Verlängerung der Bilanzsumme um 5,3 Prozent ist wesentlich auf den Erwerb der Wandlerfertigung in Vietnam im Januar des vergangenen Jahres zurückzuführen, wodurch sich das Anlagevermögen entsprechend erhöhte.
- Erfreulich ist, dass die Vorräte trotz des erhöhten Geschäftsvolumens und der Ausweitung der Eigenproduktion in Vietnam um 8,9 Prozent auf 30,4 Mio. Euro rückläufig waren.
- Auf der Passivseite der Bilanz stieg das Eigenkapital des Konzerns durch den Jahresgewinn um immerhin ein Viertel auf 22,1 Mio. Euro. Die Eigenkapitalquote, die schon im Vorjahr deutlich zugelegt hatte, verbesserte sich nochmals um 5,7 Prozentpunkte auf 36,3 Prozent. Das ist ein zufriedenstellendes und für unser Unternehmen solides Niveau.
- Die langfristigen Verbindlichkeiten in Höhe von 11,9 Mio. Euro per 31. Dezember 2017 waren unverändert geprägt von den langfristigen Finanzverbindlichkeiten. Diese machten zum Stichtag 8,0 Mio. Euro aus. Die kurzfristigen Verbindlichkeiten sanken insgesamt um 2,7 Mio. Euro auf 26,8 Mio. Euro. Bei dem Rückgang wirkte sich die neustrukturierte Produktionsbasis unseres Konzerns aus, da durch den Ausbau der Eigenproduktion weniger Waren von Zulieferern bezogen werden mussten.
- War der operative Cashflow des FRIWO-Konzerns im Jahr 2016 noch mit 7,4 Mio. Euro negativ gewesen, weisen wir für das Berichtsjahr den positiven Wert von 12,3 Mio. Euro aus. Entscheidender Einflussfaktor dabei war neben dem hohen

Jahresergebnis die Verringerung des Vorratsbestands, der im Vorjahr noch deutlich nach oben gegangen war.

- Das Working Capital zum Ende des Berichtsjahres blieb in Relation zum Umsatz zwar stabil bei 17,1 Prozent. Die Reduzierung der Mittelbindung durch einen effizienten Wareneinsatz und ein professionelles Forderungsmanagement ist jedoch eine Daueraufgabe, der wir uns auch in den kommenden Jahren werden stellen müssen und stellen werden!

Dritte Dividendenerhöhung in Folge

Meine Damen und Herren,

zum Ende meiner Übersicht nun zu einem für Sie erfreulichen Thema. Unser Anspruch ist es, dass FRIWO, sofern es die Ertragslage und die Kapitalanforderungen zulassen, als attraktiver und verlässlicher Dividendenwert agiert und als solcher am Kapitalmarkt gesehen wird. Dabei streben wir nachhaltig eine Ausschüttungsquote zwischen 30 und 50 Prozent des Konzernergebnisses nach Steuern an.

Für das vergangene Geschäftsjahr schlugen Vorstand und Aufsichtsrat Ihnen heute eine Dividende von 40 Eurocent je Aktie vor. Dies entspräche einer Ausschüttung von 3,1 Mio. Euro oder 44 Prozent des Konzernergebnisses, womit wir eher im oberen Bereich der definierten Zielspanne lägen. Dies wäre die dritte Dividendenanhebung in Folge; für das Geschäftsjahr 2016 hatte FRIWO 25 Cent je Aktie ausgeschüttet, für das Jahr 2015 waren es 15 Cent und für das Jahr zuvor 13 Cent.

Wir sind der Ansicht, dass wir Ihnen mit 40 Eurocent je Aktie einen angemessenen und attraktiven Dividendenvorschlag unterbreiten und hoffen auf Ihre Zustimmung.

Soweit, meine Damen und Herren, meine kurze Übersicht zur Vermögens-, Ertrags- und Finanzlage unseres Konzerns. Ich danke für Ihr Interesse und übergebe nun für den strategischen Ausblick an Herrn Schwirz.

Teil III: Rolf Schwirz

Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre,

die wirtschaftliche Entwicklung von FRIWO im Jahr 2017 war im Großen und Ganzen positiv. Nichtsdestotrotz sind wir der festen Überzeugung, dass wir die Geschwindigkeit, mit der FRIWO verändert und weiterentwickelt wird, weiter erhöhen müssen.

Bereits auf der Hauptversammlung im vergangenen Jahr haben wir aufgezeigt, dass der FRIWO-Anteil am Weltmarkt für Stromversorgungen bei lediglich unter einem Prozent liegt! Allerdings haben wir uns mit unserem Produkt- und Leistungsportfolio auf Teilmärkte fokussiert, die eine besondere Dynamik zeigen, wie zum Beispiel der E-Mobility-Markt oder der Markt für Powertools und Gartengeräte.

Die Frage ist nun, wie FRIWO künftig in diesen oder anderen sich dynamisch entwickelnden Stromversorgungsmärkten eine deutlich wichtigere Rolle einnehmen kann als das bisher der Fall ist.

Nun, dazu hat der Vorstand die folgenden internen und externen Handlungsfelder definiert, auf die wir uns in den nächsten zwei bis drei Jahren konzentrieren werden:

1. Professionalisierung unseres Vertriebs.
2. Verbesserung unserer Lieferfähigkeit und
3. signifikante Verbreiterung unseres Produkt- und Leistungsportfolios.

Lassen Sie mich nun ein wenig detaillierter auf diese Handlungsfelder eingehen:

Zum Thema Professionalisierung unseres Vertriebs: Die Vertriebsstrukturen waren bisher bei FRIWO ziemlich komplex. Wir haben uns bereits im vergangenen Jahr für eine neue Vertriebsorganisation entschieden und haben diese neue Struktur zu Beginn dieses Jahres implementiert.

Die neue Vertriebsorganisation unterscheidet zwischen Key Accounts, das sind unsere größten Kunden, die circa 80 Prozent unseres Geschäfts ausmachen, und Major Accounts, die von uns entweder direkt oder von Vertriebspartnern betreut werden.

Im Key Account Management haben wir zwei neue Mitarbeiterprofile geschaffen: den Key Account Manager bzw. die Key Account Managerin. Und den Internal Sales Manager bzw. die Internal Sales Managerin.

Die klare Mission unserer Key Account Manager ist, neue Projekte bei existierenden Großkunden zu gewinnen und darüber hinaus neue Großkunden für unser Unternehmen zu begeistern.

Die Internal Sales Manager haben demgegenüber die Verantwortung für das operative Tagesgeschäft mit unseren Großkunden. Sobald ein neues Projekt soweit gediehen ist, dass wir in die Phase der Massenproduktion kommen, übernehmen die Internal Sales Manager von den Key Account Managern.

Im Vertriebsbereich Major Accounts haben wir die Aktivitäten mit Kunden mittlerer und kleinerer Größe gebündelt, die heute entweder von uns direkt oder von unseren Vertriebspartnern betreut werden. Wir wollen unser Partnermanagement ebenfalls professionalisieren und dabei noch enger mit unseren Partnern kooperieren. Gleichzeitig wollen wir neue Partner finden, die uns insbesondere in Regionen weiterhelfen sollen, in denen wir heute nicht vertreten sind.

Eine neue Vertriebsstruktur alleine bedeutet natürlich nicht, dass sich damit automatisch alle unsere Wünsche für neue Projekte und neue Kunden erfüllen. Deshalb verstärken wir jetzt Zug um Zug unsere Bemühungen im

den Bereichen Vertriebstraining und Coaching. Zusätzlich verstärken wir uns auch mit weiteren Talenten von außen.

Aber: Mit der neuen Vertriebsstruktur haben wir einen Anfang gemacht. Und die Tatsache, dass wir zur Zeit im Vergleich zum Vorjahr an erheblich mehr Neuprojekten arbeiten und davon auch schon einige gewonnen haben, zeigt Ihnen, dass wir mit unserem Vertrieb auf dem richtigen Weg sind.

Nun zum Thema Verbesserung unserer Lieferfähigkeit:

Wir haben bereits im vergangenen Geschäftsjahr erhebliche Anstrengungen unternommen, um bei unseren Kunden deutliche Verbesserungen bei Lieferzeiten und Liefertreue zu erzielen.

So haben wir zum Beispiel die meisten unserer Key Accounts elektronisch an unser Auftragserfassungssystem angebunden. Darüber hinaus haben wir ein weiteres Software-Modul implementiert, mit dessen Hilfe wir insbesondere die kurzfristigen Schwankungen im Auftragsverhalten unserer Key Accounts analysieren und managen können.

Unsere Bemühungen im Großkundenbereich waren erfolgreich: Heute haben wir ein sehr gutes Zufriedenheitsniveau bei diesen Kunden erreicht – und das bezieht sich nicht nur auf Lieferthemen, sondern auch auf die Qualität unserer Produkte und Prozesse sowie generell auf die gesamte Atmosphäre in der jeweiligen Geschäftsbeziehung.

Leider muss ich Ihnen nun einen Wermutstropfen präsentieren. Was ich gerade über die Key Accounts gesagt habe, trifft leider noch nicht auf unsere Major Accounts zu.

Zwar stehen die Major Accounts - in Anführungsstrichen! - nur für 20 bis 30 Prozent unseres Umsatzes, aber die Anzahl der Kunden sowie die Anzahl der Aufträge, die diesen Umsatz repräsentieren, sind um ein Vielfaches höher.

Um die Major Accounts auf das gleiche Kundenzufriedenheits-Niveau wie unsere Key Accounts zu bringen, haben wir bereits 2017 das Projekt OASE gestartet. Mit diesem Projekt verfolgen wir die folgenden Ziele:

1. Reduktion der Lieferzeiten durch Maßnahmen im Einkauf.

Darunter verstehen wir den Einsatz von Hebeln im Einkauf für die wichtigsten Langlaufteile, zum Beispiel die Einführung von Konsilagern.

2. Reduktion der Lieferzeiten durch Supply Chain Optimierung

Wir wollen Langlaufteile basierend auf dem Vertriebsforecast frühzeitig bestellen.

3. Optimierung des Customer Confirmation Prozesses

Hierbei wollen wir ein klares Regelwerk schaffen, das insbesondere die Verantwortlichkeiten bei Auftragsbestätigungen, Lieferterminen und auch beim Verhalten im Fall von Terminverschiebungen regelt.

4. Schnittstellen zwischen Strategischem Einkauf, Operativem Einkauf und Planung

Hierbei werden wir die Verantwortlichkeiten und die Eskalationsregeln neu gestalten.

5. Produktionsplanung

Für die Produktionsplanung evaluieren wir IT-Tools, um nach Möglichkeit den Prozess der Produktionsplanung und der Kommunikation mit dem Kunden vollumfänglich zu automatisieren.

Meine Damen und Herren,

diese Liste von Zielen im Zusammenhang mit unserem Projekt hört sich ziemlich nüchtern an. Fakt ist aber, dass dieses Projekt die Art und Weise, wie wir bei FRIWO arbeiten, in weiten Teilen grundlegend verändern wird. Wir gehen davon aus, dass wir die meisten dieser Ziele noch in diesem Jahr erreichen werden.

Ich komme nun zum letzten der erwähnten Handlungsfelder, nämlich zur signifikanten Verbreiterung unseres Produkt- und Leistungsportfolios.

Es ist ja für jedermann transparent, wie dynamisch sich unsere Märkte auch im technologischen Bereich entwickeln. Vor diesem Hintergrund haben wir insbesondere drei Entwicklungen ausgemacht, die für FRIWO und unsere Kunden von enormer Bedeutung sein werden. Diese sind:

1. Die Erhöhung der Ladeströme, zum Beispiel im E-Mobility-Markt, aber auch bei industriellen Anwendungen.
2. Die Reduzierung von Größe, Gewicht und Stromverbrauch, zum Beispiel bei Geräten, die wir in den Medizinmarkt liefern – aber auch bei Geräten für den Powertool- und Gartenbereich,

Und schließlich

3. Die Vernetzung der Geräte, die dann intelligente Stromversorgungen erforderlich machen.

Es ist für uns klar, dass wir bei diesen zukunftsbestimmenden Themen eine wichtigere Rolle einnehmen müssen. Deshalb haben wir in diesem Zusammenhang einige Weichenstellungen vorgenommen, die zum Teil auch mit harten Konsequenzen verbunden waren und sind:

Wir haben im April unsere Forschungs- und Entwicklungs-Abteilung im chinesischen Shenzhen geschlossen und uns in der Folge von 20 Mitarbeitern getrennt.

Gleichzeitig sind wir dabei, in Vietnam eine ähnlich große Entwicklungsabteilung aufzubauen. Deren Hauptaufgabe soll es vor allem sein, die derzeit in Vietnam produzierten Großserienprodukte weiterzuentwickeln, um sie effizienter und preiswerter zu produzieren und zusätzliche, für unsere Kunden attraktive Produkteigenschaften einzubauen.

Darüber hinaus haben wir mit externer Beratungshilfe ein Projekt gestartet, um unsere Entwicklungsabteilung hier in Ostbevern noch besser zu machen. Wir haben dabei die folgenden Ziele im Auge:

1. Wir wollen die Produktentwicklungs-Organisation und den Produktentwicklungs-Prozess noch effektiver und effizienter machen.
2. Wir müssen die Synergien zwischen kundenneutralen und kundenspezifischen Entwicklungsumfängen realisieren.
3. Wir müssen eine auf die Zukunft ausgerichtete Technologie- und Entwicklungs-Roadmap schaffen.

Die Produktentwicklung in Ostbevern ist bereits heute eine sehr wichtige Motivation für unsere Kunden, mit FRIWO zusammenzuarbeiten. Aber wir wollen und müssen auch hier ständig nach Verbesserungen streben.

Vor dem Hintergrund der erwähnten Markttrends haben wir auch damit begonnen, den Markt systematischer bezüglich möglicher Akquisitionsziele zu analysieren. Das heisst: Wir schliessen auch nicht aus, dass wir Fähigkeiten bei der Gestaltung unseres künftigen Produkt- und Leistungsportfolios von außen hinzufügen.

1. Quartal 2018 und Ausblick auf das Gesamtjahr

Meine Damen und Herren,

lassen Sie mich nun auf das 1. Quartal 2018 und den Ausblick auf das Gesamtjahr kommen.

Was das laufende Geschäftsjahr betrifft, so kann ich Ihnen heute von einem soliden Start berichten. Wir haben vor gut einer Woche die Ergebnisse für das erste Quartal bekannt gegeben. Bei den Zahlen ist jedoch zu berücksichtigen, dass das erste Quartal des Vorjahres ein außergewöhnlich starkes war, das Umsatz- und Ergebnisbeiträge weit über dem Durchschnitt der letzten Quartale zeigte. Darüber hinaus hat der US-

Dollar-Wechselkurs einen negativen Einfluss auf den Umsatz in Höhe von rund 3 Mio. Euro gehabt.

Von Januar bis März 2018 weist FRIWO einen Konzernumsatz von 34,0 Mio. Euro aus, das ist ein Rückgang um 16,3 Prozent. Der Umsatz lag damit aber auf dem durchschnittlichen Niveau der vergangenen drei Quartale.

Das Konzernergebnis vor Zinsen und Steuern, das EBIT, erreichte 1,7 Mio. Euro. Es lag um 2,2 Mio. Euro unter dem Vergleichswert des Vorjahreszeitraums. Neben dem geringeren Umsatz wirkten sich in dem Ergebnis auch Mehraufwendungen für ein M&A-Projekt aus, welches wir aber nicht weiterverfolgt haben.

Insgesamt entsprach das erste Quartal unseren Erwartungen.

Für das gesamte Geschäftsjahr 2018 sind wir unverändert vorsichtig optimistisch. „Optimistisch“ deshalb, weil die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen in unseren Absatzmärkten sind nach wie vor gut sind und weil die strategische Ausrichtung von FRIWO stimmt.

Und „vorsichtig“ deswegen, weil wir ein paar Risikofaktoren sehr genau im Auge behalten müssen, die für unser Geschäft relevant sind. So gibt es auf der Beschaffungsseite in der gesamten Elektronikbranche Lieferengpässe bei bestimmten Bauteilen. Diese können zu entsprechenden Mehrkosten führen, die wir gegebenenfalls nicht oder nicht in vollem Umfang an die Kunden weitergeben können. Auch Lieferverzögerungen sind nicht auszuschließen. Bisher ist es uns gelungen, die Folgen der Lieferengpässe gut zu meistern, aber das Risiko bleibt.

Zudem sehen wir uns allgemein einem verschärften Wettbewerb im weltweiten Power-Supply-Markt gegenüber. Dazu tragen die Eintritte neuer Marktteilnehmer ebenso bei wie Bestrebungen von Kunden, große Bestellmengen auf mehrere Lieferanten zu verteilen, um nicht von einem Lieferanten abhängig zu sein. Umso wichtiger sind all jene Maßnahmen zur

besseren Marktbearbeitung, zum Innovationsmanagement und zur Verschlinkung der internen Prozesse, die ich Ihnen skizziert habe.

Was bedeutet dies nun konkret für unsere wirtschaftlichen Erwartungen an das Jahr 2018? – Wir gehen, Stand heute, unverändert davon aus, im Gesamtjahr ein leichtes Wachstum des Konzernumsatzes gegenüber dem Vorjahr zu erreichen und damit den Aufwärtstrend aus dem Vorjahr fortzusetzen. Dabei erwarten wir eine zum Umsatz in etwa proportionale Entwicklung des Konzern-EBIT und damit eine weitere Verbesserung des Ertrags.

Schlusswort

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

wir als Vorstand sind überzeugt, dass der FRIWO-Konzern grundsätzlich strategisch und operativ gut aufgestellt ist, um seine Marktpositionen zu sichern und auszubauen. Unser Ziel ist profitables, nachhaltiges Wachstum – sei es organisch aus eigener Kraft oder durch Zukäufe und Partnerschaften. Um dies zu erreichen, gibt es Handlungsfelder, in denen wir uns verbessern müssen. Diese haben wir Ihnen vorgestellt, sie sind erkannt und wurden adressiert. Ich bin zuversichtlich, dass wir diese Herausforderungen meistern werden.

Ich vertraue dabei auf die Kompetenz und das Engagement unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, wo immer im Konzern sie auch tätig sind. Und ich vertraue auf die ebenso kritische wie wohlwollende Begleitung durch Sie, unsere Aktionärinnen und Aktionäre.

Herr Schimmelpfennig und ich freuen uns nun auf Ihre Fragen.
Vielen Dank für Ihre Geduld und Ihr Interesse!