

## **Strategie und Geschäftsverlauf 2011**

2011 war ein herausforderndes Jahr für den Haniel-Konzern, in dem einige grundlegende Weichen gestellt wurden. So wurde im Zuge des Managementwechsels an der Spitze von Celesio, der größten Haniel-Mehrheitsbeteiligung, eine umfassende Überarbeitung der Strategie angegangen und die Mehrheit am brasilianischen Unternehmen Oncoprod akquiriert – einem Großhändler für Spezialarzneimittel. Auch bei der METRO GROUP haben wir die Strategiediskussion intensiviert und begrüßen die Nachfolgeregelung für den Vorstandsvorsitz. Bei ELG wurde die Erweiterung des Geschäftsbereichs um das Recycling von Karbonfasern mit einer Akquisition begonnen – ein weiterer Schritt bei der Ausrichtung des Portfolios auf nachhaltige Geschäftsmodelle, die von globalen Megatrends befeuert werden.

Die Holding hat ein Projekt zur Schärfung des eigenen Rollenverständnisses als „Wertentwickler“ umgesetzt. Im Kern ging es dabei um die Frage: Welchen Beitrag leistet die Haniel-Holding, um den nächsten Generationen ein stärkeres und leistungsfähigeres Unternehmen zu übergeben – oder kurz: Wie machen wir Haniel „enkelfähig“? Auf Basis der geschärften Holding-Rolle wird es auch zu einem Personalabbau am Franz-Haniel-Platz kommen, der sozialverträglich und vermutlich vollständig ohne betriebsbedingte Kündigungen gestaltet wird.

### **Finanzierung und Rating**

Das Jahr 2011 war auch an den Finanzmärkten von großer Volatilität geprägt. Nachdem Standard & Poor's Mitte des Jahres den negativen Ausblick für Haniel zurückgenommen hatte, führten deutliche Kurseinbrüche der Celesio- und Metro-Aktien Anfang Dezember zu einem Downgrade auf BB+. Moody's hat das Ba1-Rating nahezu zeitgleich mit einem negativen Ausblick versehen. Damit hat Haniel kein Investment Grade Rating mehr. Ziel unserer Anstrengungen bleibt es weiterhin, wieder ein sicheres Investment Grade Rating zu erreichen. Dafür ist es erforderlich, zunächst die Verschuldung auf Ebene der Holding weiter deutlich zu reduzieren, bevor größere Investitionen in zukunftssträchtige Geschäftsfelder getätigt werden können.

### **Geschäftsverlauf**

Der Haniel-Konzern konnte in der ersten Jahreshälfte von der noch guten konjunkturellen Entwicklung profitieren, die allerdings im weiteren Verlauf des Jahres deutlich nachließ. Hiervon waren die Geschäftsbereiche in unterschiedlichem Ausmaß beeinflusst.

### **CWS-boco (100-Prozent-Beteiligung)**

CWS-boco hat im Jahr 2011 den Umsatzrückgang der vergangenen zwei Jahre gestoppt. Neben der erfreulichen Entwicklung im Geschäft mit Waschaumhygiene und Schmutzfangmatten trugen hierzu weniger Vertragskündigungen und die steigende Anzahl von Mietberufskleidungsträgern bei – vor allem im Kernmarkt Deutschland. Beim Ergebnis verzeichnete CWS-boco 2011 einen deutlichen Anstieg. Dieser ist zum Großteil auf geringere Sonderaufwendungen im Zusammenhang mit dem 2010 eingeleiteten Repositionierungsprojekt „Fokus Zukunft“ zurückzuführen. Aber auch verbesserte Kostenstrukturen durch die konsequente Umsetzung von „Fokus Zukunft“ haben bereits zum Ergebnisanstieg beigetragen.

### **ELG (100-Prozent-Beteiligung)**

Im ersten Halbjahr 2011 verzeichnete ELG eine außerordentlich gute Entwicklung der Edstahlschrott-Tonnage. Zusätzlich führte die weltweit starke Nachfrage nach Rohstoffen zu teilweise deutlich steigenden Preisen. Deshalb lag die Geschäftsentwicklung von ELG im ersten Halbjahr über den Erwartungen. Im Sommer schwächte sich die Marktdynamik jedoch merklich ab. Der

Nickelpreis gab angesichts der Unsicherheit in den Märkten deutlich nach. Dies lag vor allem an der sich zuspitzenden Staatsschuldenkrise in Europa, der Naturkatastrophe in Japan sowie den politischen Spannungen im Nahen Osten. Mit den sinkenden Rohstoffpreisen reduzierten Handel und Industrie ihre Lagerbestände. Aufgrund der geringen Nachfrage drosselten die Edelstahlwerke ihre Produktion, wodurch auch der Bedarf an dem von ELG aufbereiteten Edelstahlschrott zeitweise deutlich zurückging. Erst im Herbst stieg die Nachfrage nach Edelstahlschrott wieder merklich an, ohne aber das hohe Niveau des ersten Halbjahres zu erreichen. Vor diesem Hintergrund wird das ELG-Ergebnis zufriedenstellend ausfallen, allerdings das Vorjahresniveau voraussichtlich nicht erreichen können.

#### **TAKKT (Mehrheitsbeteiligung)**

Das Geschäft von TAKKT entwickelte sich in den beiden Bereichen TAKKT EUROPE und TAKKT AMERICA sehr erfreulich. Dies ist auf die guten konjunkturellen Rahmenbedingungen in der ersten Jahreshälfte sowie die intern angestoßenen Wachstumsinitiativen zurückzuführen. In Europa profitierte TAKKT vom starken Geschäft der Business Equipment Group – insbesondere in Deutschland. Erwartungsgemäß entwickelte sich der Umsatz der Office Equipment Group im Zuge der eingeleiteten Repositionierung rückläufig. TAKKT AMERICA profitierte erneut von dem breiten Kunden- und Produktportfolio und konnte in allen Sparten die Umsätze steigern. Die gute Umsatzentwicklung in den ersten neun Monaten führte in Verbindung mit einer gestiegenen Rohertragsmarge zu einem überproportionalen Ergebnisanstieg bei TAKKT. Allerdings wirkte sich die nachlassende wirtschaftliche Dynamik im vierten Quartal negativ auf das Geschäft von TAKKT aus.

#### **Celesio (Mehrheitsbeteiligung)**

Aufgrund der angespannten Haushaltslage 2011 nahmen viele europäische Länder Einschnitte im Gesundheitssektor vor – mit negativen Folgen für das Geschäft von Celesio. Diese Belastungen konnte das Unternehmen aufgrund des schwierigen Marktumfelds zu großen Teilen nicht kompensieren. Während der Umsatz in den ersten neun Monaten leicht zurückging, wurde das Ergebnis von Celesio durch staatliche Maßnahmen sowie Wertberichtigungen auf Goodwills und andere immaterielle Vermögenswerte stark belastet. Als Folge der unbefriedigenden Geschäftsentwicklung hat der neue Celesio-Vorstand unter der Leitung von Markus Pinger eine strategische Neuausrichtung des Unternehmens und ein umfangreiches Programm zur Ergebnissicherung eingeleitet. Im Fokus dieses auf mehrere Jahre angelegten „Operating Excellence Programme“ steht die Weiterentwicklung des Kerngeschäfts: unter anderem durch die Erweiterung der Logistikkompetenz im Großhandel und den Aufbau einer europaweiten Apotheken-Partnerschaft. Das Programm wird voraussichtlich zu einer Stabilisierung des Operativen Ergebnisses im Jahr 2012 beitragen, führt jedoch 2011 zu Restrukturierungsaufwendungen von rund 80 Millionen Euro.

#### **METRO GROUP (Minderheitsbeteiligung)**

Der Umsatz der METRO GROUP blieb in den ersten neun Monaten knapp unter dem Niveau des Vorjahres. Grund dafür war das sich verschlechternde gesamtwirtschaftliche Umfeld und das damit einhergehende geringere Konsumentenvertrauen. Hinzu kamen interne Maßnahmen, mit denen im Rahmen des Programms „Shape 2012“ die Profitabilität und Wettbewerbsfähigkeit der METRO GROUP gesteigert werden soll. So wurden Warengruppen mit niedrigen Gewinnmargen aufgegeben sowie unprofitable Standorte wie Metro Cash & Carry Marokko und Media Markt/Saturn Frankreich geschlossen. Umsatzzuwächse erbrachte der Kauf des Elektronik-Online-Versandhändlers Redcoon. Beim Ergebnis hat die METRO GROUP in den ersten neun Monaten einen Anstieg erreicht, dem jedoch ein schwach angelaufenes Weihnachtsgeschäft gegenübersteht. Ergebnisbelastend wirkten weitere Sonderaufwendungen für Maßnahmen des Programms „Shape 2012“. Für das Jahr 2011 rechnet Haniel mit einem höheren Ergebnisbeitrag aus dem Metro-Engagement als im Vorjahr. Allerdings ist dieser Anstieg allein auf einen

Sondertrag aus dem Verkauf von Immobilien der Metro-Gründungsgesellschafter zurückzuführen.

Für den Haniel-Konzern erwarten wir für das Jahr 2011 einen Umsatz auf dem Niveau des Jahres 2010. Das Ergebnis vor Steuern wird jedoch voraussichtlich spürbar unter dem des Vorjahres liegen, was fast ausschließlich auf die Entwicklungen bei Celesio und der METRO GROUP zurückzuführen ist. Bei Celesio sind hier insbesondere die Wertberichtigungen auf Goodwills und andere immaterielle Vermögenswerte sowie Einmalaufwendungen im Zusammenhang mit dem „Operating Excellence Programme“ zu nennen. Bei der METRO GROUP fallen die zu erwartende schwächere operative Geschäftsentwicklung sowie höhere Aufwendungen für das Programm „Shape 2012“ ins Gewicht.

#### **Ausblick**

Wir gehen davon aus, dass sich die konjunkturellen Rahmenbedingungen 2012 spürbar verschlechtern – mit Belastungen für das Konsumklima. Zudem lässt die angespannte Situation vieler Staatshaushalte in Europa weitere staatliche Kostensenkungsmaßnahmen im Gesundheitssektor erwarten. Daher wird der Haniel-Konzern im kommenden Jahr bei Umsatz und Ergebnis voraussichtlich nicht das diesjährige Niveau erreichen. Haniel ist jedoch solide aufgestellt und wir sind zuversichtlich, dass sich der Konzern auch bei einer zu erwartenden Verschlechterung der konjunkturellen Rahmenbedingungen behaupten wird.

Franz Haniel & Cie. GmbH