

**Rede des Vorstandsvorsitzenden der HOMAG Group AG,
Ralf W. Dieter,
anlässlich der 14. ordentlichen Hauptversammlung,
6. Mai 2021**

Es gilt das gesprochene Wort!

Chart 1: Willkommen

Sehr geehrte Anteilseignerinnen und Anteilseigner,
sehr geehrte Damen und Herren,

zur Hauptversammlung der HOMAG Group AG möchte ich Sie, auch im Namen meines Vorstandskollegen Rainer Gausepohl, herzlich begrüßen. Ich tue dies in einer anderen Funktion als bisher, nämlich erstmals als Vorstandsvorsitzender der HOMAG Group AG. Diese Veränderung hat sich im Zuge des Ausscheidens von Herrn Paasivaara angeboten. Ich kenne die HOMAG natürlich gut und ihre Entwicklung ist mir seit dem Mehrheitserwerb durch Dürr in 2014 enorm wichtig. Die vergangenen Monate an der operativen Spitze von HOMAG waren sehr spannend: Wir treiben die Optimierung des Unternehmens weiter, binden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter intensiver ein und werden wieder mittelständischer – was gut zu unserer Branche passt. Die Zuversicht und der Wille der Belegschaft, das Potenzial von HOMAG voll zur Entfaltung zu bringen, sind förmlich greifbar. HOMAG wird wendiger und flexibler und ist dabei auf einem guten Weg!

Dies ist bereits die zweite Hauptversammlung, die wir pandemiebedingt virtuell abhalten. Letztes Jahr sind wir noch davon ausgegangen, Sie dieses Mal wieder vor Ort begrüßen zu können. Diese Hoffnung hat sich leider als falsch erwiesen, denn die Pandemie dauert länger an als erwartet, was, so kritisch muss man sein, auch an der Schwerfälligkeit von Bund und Ländern bei ihrer Bekämpfung liegt.

Chart 2: Auftragseingang, Umsatz, EBIT

Natürlich hat die Corona-Pandemie auch das Geschäftsjahr 2020 der HOMAG Group geprägt. Im zweiten Quartal nahm die Investitionsbereitschaft der Kunden nach einem vielversprechenden Jahresauftakt massiv ab. Im zweiten Halbjahr, besonders im Schlussquartal, zog die Nachfrage dann wieder spürbar an, sodass wir den starken Rückgang der ersten Jahreshälfte abmildern konnten.

Der Auftragseingang verringerte sich um rund 10 % und damit weniger stark als in den anderen Divisionen des Dürr-Konzerns. Ähnliches gilt für den Umsatz mit einem relativ moderaten Minus von 13 %. Der Auftragsbestand lag Ende 2020 mit 581 Mio. Euro akquisitionsbedingt über dem Vorjahreswert. Trotz aller Herausforderungen erzielte die HOMAG Group ein operatives EBIT von 27 Mio.

Es gilt das gesprochene Wort!

Euro, auch weil wir die Kosten nach Ausbruch der Pandemie zügig angepasst haben.

Die Corona-Pandemie wirkte sich im Jahr 2020 weltweit auf die Märkte aus. In China, das als Erstes betroffen war, setzte bereits im April eine Normalisierung ein, heute spielt die Pandemie dort keine Rolle mehr. Starke Auswirkungen waren in Südeuropa und Südamerika zu spüren, während sich der Auftragseingang in Deutschland sowie in Nord- und Osteuropa robust zeigte. Generell war das Projektgeschäft stärker betroffen als das Einzelmaschinengeschäft, da viele Kunden Investitionen in große Anlagen zunächst verschoben. Allerdings hat sich diese Bestellzurückhaltung am Jahresende wieder aufgelöst, sodass wir ein gutes viertes Quartal verzeichneten.

Chart 3: Mitarbeiter + Schutzmaßnahmen

Gemessen an den Herausforderungen ist die HOMAG Group sehr ordentlich durch die Corona-Krise gekommen, auch weil sich unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter schnell auf die Situation eingestellt und das Unternehmen engagiert unterstützt haben. Dafür gilt ihnen unser besonderer Dank.

Wir haben in der Pandemie alles für den Schutz der Mitarbeiter getan, von Hygienemaßnahmen über mobiles Arbeiten bis zu freiwilligen Testangeboten. So konnten wir größere Infektionsausbrüche vermeiden, in den Werken gab es kaum Einschränkungen und nennenswerte Störungen in der Lieferkette blieben aus.

Chart 4: Digitaler Kundenkontakt

Besonders wichtig war es uns, den Kontakt zu den Kunden aufrechtzuerhalten. Hier zahlte sich aus, dass viele Kunden digitale Lösungen von HOMAG einsetzen, die eine virtuelle Kommunikation ermöglichen, zum Beispiel Service-Apps für die Fernwartung. Zudem sind unsere Servicetechniker auch vor Ort im Einsatz, wo immer dies möglich ist. Da nahezu alle Präsenzmessen ausgefallen sind, haben wir als Ersatz Hybridformate mit einer Mischung aus Online- und Live-Vorführungen für kleine Kundengruppen entwickelt. Selbst Maschinenabnahmen haben wir mithilfe von Digitalplattformen online durchgeführt.

Chart 5: HCGF

Trotz der Pandemie haben wir die HOMAG Group im Jahr 2020 strategisch weiterentwickelt und die Weichen für profitables Wachstum gestellt. Ein

wesentlicher Baustein war die Komplettübernahme des langjährigen Vertriebs-Joint-Ventures HOMAG China Golden Field – kurz HCGF. Damit konnten wir unsere führende Position in China absichern und sind dort mit 750 Mitarbeitern gut aufgestellt für weiteres Wachstum im größten Möbelmarkt der Welt.

Chart 6: Tagesordnung

In diesem Kontext ein kurzer Hinweis zur Tagesordnung: Unter Punkt 6 bitten wir um Zustimmung zu einem Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag zwischen der HOMAG Group AG und der HOMAG China Holding GmbH um diese optimal in den Konzern einbinden zu können.

Chart 7: Massivholz

Kräftiges Wachstum erwarten wir auch im neuen Geschäftsfeld Massivholz, in dem wir Anlagen zur Produktion von Bauelementen für Holzhäuser anbieten – vom Einfamilienhaus bis zum Hochhaus. Dieses Geschäftsfeld profitiert vom Trend zur Nachhaltigkeit, da der Baustoff Holz schnell nachwächst und viel CO₂ bindet. Daher haben wir unsere Position durch den mehrheitlichen Erwerb zweier dänischer Unternehmen gestärkt:

- zum einen System TM, die auf Anlagen zur Holzoptimierung nach dem Sägewerk spezialisiert ist,
- und zum anderen – ganz aktuell – Kallesoe, ein Unternehmen, das Hersteller von Leimholzprodukten, wie beispielsweise Brettsperholz, mit Hochfrequenzpressen unterstützt.

Zusammen mit der HOMAG-Tochter WEINMANN, deren restliche Anteile wir 2020 gekauft haben, und der langjährigen Erfahrung und Kompetenz von HOMAG Hobeln & Schleifen bilden System TM und Kallesoe die neue Business Unit Solid Wood Processing. Diese wollen wir als führenden Systemanbieter von Produktionstechnik für Holzbauelemente etablieren. Die Perspektiven sind gut, denn laut Experten wird das Marktvolumen in diesem Bereich von 2020 bis 2025 um rund 50 % wachsen.

Chart 8: Optimierung

Mit den Akquisitionen in China und im Massivholzbereich haben wir uns für profitables Wachstum positioniert. Demselben Zweck dient die breit angelegte

Es gilt das gesprochene Wort!

Optimierung, die wir bei HOMAG umsetzen. HOMAG bringt alles mit, um als Marktführer noch erfolgreicher zu sein: eine starke Marke, technologisch führende Produkte, die Kombination von Maschinenbau- und Digitalkompetenz sowie sehr engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die ihr Geschäft kennen. Dieses Potenzial wollen wir durch einfachere Strukturen und durch die weitere Optimierung unserer Prozesse voll entfalten, um Effizienz und Ertragskraft nachhaltig zu steigern.

Aktuell sind wir dabei, die Organisationsstruktur von HOMAG nachzuschärfen. Dabei orientieren wir uns an der Leitfrage, wie wir unsere Kunden noch besser betreuen können. Eine Maßnahme ist die Zusammenlegung von Vertrieb und Service. Sie geht einher mit dem Ausbau unserer Kapazitäten und Angebote im wichtigen Service-Geschäft: Wir stärken unsere Schlagkraft in diesem Bereich, weil guter Service entscheidend ist für die Zufriedenheit und Loyalität unserer Kunden und damit das Folgegeschäft absichert.

Wir machen HOMAG als Ganzes schlanker, schneller und weniger komplex – oder ganz einfach: HOMAG wird mittelständischer. Dabei kommt den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine zentrale Rolle zu: Wir bauen auf ihre Kompetenz und Marktkenntnis und übertragen ihnen mehr Eigenverantwortung, damit sie als Unternehmer im Unternehmen agieren können.

Darüber hinaus verbessern wir die Schnittstellen zwischen verschiedenen Bereichen im Unternehmen, stimmen die Wertschöpfungsprozesse besser aufeinander ab und unterstützen dies mit einer neuen Software-Plattform. Parallel entwickeln wir neue, Maschinen und optimieren unser Produktionssystem.

Für den Erfolg dieser Maßnahmen sind zwei Dinge wichtig: Wir konzentrieren uns auf das Wesentliche und nehmen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit, denn Optimierung lässt sich nicht von oben verordnen, sondern muss von den Menschen im Unternehmen getragen werden. Dies ist der Fall: Die Optimierungsmaßnahmen sind konkret, greifen immer besser ineinander und führen zu Effizienzverbesserungen, auf deren Basis die HOMAG Group 2023 ihre Ziel-EBIT-Marge von mindestens 9 % erreichen soll.

Chart 9: 60 Jahre HOMAG

Unter dem Eindruck der Corona-Pandemie ist die Tatsache, dass die HOMAG Group im Jahr 2020 ihren sechzigsten Geburtstag hatte, leider etwas in den

Es gilt das gesprochene Wort!

Hintergrund gerückt. Deshalb konnten wir – anders als geplant – nicht so richtig mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern feiern, aber das werden wir nachholen. Dennoch war es uns wichtig, das Jubiläum in unsere Vertriebsstrategie einzubinden. Mit der „Your Plus“-Vertriebsaktion haben wir den Kunden digitale Mehrwert-Pakete angeboten, uns für die vielen langjährigen Partnerschaften bedankt und in die Kundenbindung investiert. Zu unserem Jubiläum haben wir einen kurzen Film gedreht, den wir Ihnen später – während der Auszählung der Stimmen – zeigen werden.

Chart 10: Guter Auftakt und Ziele 2021

Damit kommen wir zum laufenden Jahr. Gerne würde ich Ihnen detailliert über das erste Quartal 2021 berichten. Da wir unsere Zahlen aber erst am 11. Mai veröffentlichen, darf ich dies noch nicht. Ich kann aber sagen, dass das erste Quartal insgesamt erfolgreich war und wir mit der Auftragslage sehr zufrieden sind. Beim Umsatz besteht noch Nachholbedarf, da der Auftragsrückgang des Jahres 2020, speziell in Quartal 2 und 3, die Umsatzrealisierung noch etwas hemmt.

Wir blicken zuversichtlich auf das laufende Jahr und der bisherige Geschäftsverlauf bestätigt uns darin. Viele Kunden profitieren davon, dass die Menschen durch die Pandemie mehr Zeit zu Hause verbringen und in neue Möbel oder Küchen investieren. Dadurch rechnen auch wir mit Investitionsimpulsen unserer Kunden. Optimistisch stimmen uns auch unsere stärkere Aufstellung in China und die Wachstumsmöglichkeiten im Massivholzbereich. Zudem dürften die Folgen der Corona-Pandemie auf die Konjunktur im Jahresverlauf weiter abnehmen. Vor diesem Hintergrund rechnen wir für 2021 mit einem Plus bei Auftragseingang, Umsatz und EBIT-Marge.

Chart 11: Mittelfristziele und Investitionsprogramm

In den nächsten Jahren haben wir viel vor: Wir wollen die EBIT-Marge der HOMAG Group im Jahr 2023 auf mindestens 9 % steigern und unseren Marktanteil von gut 30 auf bis zu 40 % ausweiten. Wir haben die Finanzkraft für den Ausbau unserer führenden Position und können in Personal, Service und Infrastruktur investieren – und natürlich in Innovationen, die wir noch schneller in den Markt bringen wollen.

Aktuell haben wir das größte Investitionsprogramm der HOMAG-Geschichte mit einem Volumen von rund 100 Mio. Euro auf den Weg gebracht, um unsere Marktoffensive zu unterstützen. Am Hauptsitz in Schopfloch investieren wir in die

Es gilt das gesprochene Wort!

Modernisierung der Produktion sowie in ein neues Kunden- und Logistikzentrum. Zudem werden wir dort die modernsten Bürokonzepte des Dürr-Konzerns realisieren, um den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein optimales Arbeitsumfeld zu bieten. In Polen bauen wir ein neues Werk, da der lokale Markt seit Jahren wächst und der polnische HOMAG-Standort Środa im globalen Produktionsverbund eine immer wichtigere Rolle spielt.

Sie sehen, wir glauben fest an eine erfolgreiche Zukunft der HOMAG Group, da wir gut gerüstet sind: HOMAG treibt als größter Player im Markt die Digitalisierung voran und kann sich dadurch noch stärker vom Wettbewerb abheben. Auch im Systemgeschäft mit kompletten Möbelproduktionslinien wollen wir uns noch stärker vom Wettbewerb absetzen. Hier nutzen wir auch die Projektmanagement-Kompetenz von Dürr im automobilen Umfeld. Wir profitieren vom Trend zu Nachhaltigkeit, da wir in unser Massivholzgeschäft mit der Holzbaubranche investiert haben. Im Geschäft mit der Möbelindustrie stehen wir am Beginn eines neuen Investitionszyklus, wie der gute Auftragseingang der vergangenen Monate zeigt. Dies gibt uns zusätzlichen Rückenwind – auch in China, wo wir unsere Position durch die Komplettübernahme von HCGF gestärkt haben. Um unsere Marktchancen optimal nutzen zu können, treiben wir die Optimierung im Unternehmen voran: HOMAG wird effizienter, mittelständischer und profitabler – die Weichen dafür sind gestellt.

Chart 12: Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit