



Rede von
Dr. Markus Flik
Vorsitzender des Vorstands

anlässlich der Hauptversammlung
der HOMAG Group AG,
Freudenstadt, 3. Juni 2014

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr geehrte Damen und Herren,

zur diesjährigen Hauptversammlung der HOMAG Group AG möchte ich Sie, auch im Namen meiner Vorstandskollegen, ganz herzlich begrüßen. Namentlich möchte ich unseren Unternehmensgründer Gerhard Schuler mit seiner Familie begrüßen. Auch die Vertreter der Aktionärsvereinigungen und der Presse heiße ich herzlich willkommen.

Was sind meine Kernbotschaften heute?

- Wir haben in den letzten 3 Jahren viel angepackt und erreicht.
- 2013 war ein gutes Jahr: Wir haben alle Ziele erreicht oder übertroffen.
- Wir wollen 2014 und darüber hinaus weiter profitabel wachsen.
- Wir setzen unsere strategischen Maßnahmen konsequent um.

Lassen Sie uns zunächst eine Zwischenbilanz der letzten 3 Jahre ziehen.

In diesem Zeitraum haben wir viel bewegt und Veränderungen vorgenommen, die dem Unternehmen und damit auch den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern viel abverlangt haben. Alle Maßnahmen hatten und haben dabei immer das Ziel, unsere HOMAG Group noch kundenorientierter, wettbewerbsfähiger und stärker zu machen.

Unsere strategischen Schwerpunkte sind unverändert:

- Wachstum schaffen
- Wertsteigerung erreichen/Ertragskraft erhöhen
- Führung/Mitarbeiter weiterentwickeln
- Prozesse stärken

Konkret haben wir in den letzten drei Jahren Folgendes angepackt:

- Generell stärkere Ausrichtung der Firma auf unsere Kunden und Märkte
- Bau von Kundencentern in der Schweiz und in Herzebrock

- Die Intensivierung des HOMAG Group Aktionsprogramms (HGAP)
- Die leider notwendige, aber erfolgreiche Restrukturierung dreier Tochtergesellschaften
- Kauf der Minderheitsanteile an BRANDT
- Ausbau der HOMAG Machinery Shanghai
- Der Neustart des IT-Großprojektes „ProFuture“
- Die Weiterentwicklung unseres Leitbilds
- Die Weiterentwicklung der HOMAG Group AG zu einer Management Holding, um den Konzern als Ganzes zu steuern
- Die Erarbeitung unserer regionalen und produktgetriebenen Wachstumsstrategie

Insgesamt ein gewaltiges Programm, das unsere Mannschaft bewältigt hat!

Wir sagen, was wir tun, und wir tun, was wir sagen! Das positive Resultat sehen Sie in unseren Unternehmensergebnissen: Wir konnten 2013 alle Kennzahlen steigern!

Dieser Erfolg beruht in erster Linie auf dem hohen Engagement aller unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im diesjährigen Geschäftsbericht haben wir in einer Formel dargestellt, was Ihre HOMAG Group so erfolgreich macht. $[H = m \cdot i^2]$: HOMAG Group = Menschen ■ Innovationskraft im Quadrat. Menschen, die Ideen und Visionen haben und diese mit Leidenschaft und Engagement umsetzen – das ist die Grundlage unseres Erfolgs. Im Namen des gesamten Vorstands bedanke ich mich herzlich bei unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren großen Einsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr!

Was hat die HOMAG Group 2013 bewegt? Das Highlight war sicher die Branchenleitmesse LIGNA im Mai in Hannover, über die ich bereits letztes Jahr hier berichtet habe.

Begeistern konnten wir unsere Kunden dort insbesondere mit unserer neuen Bedienoberfläche **powerTouch**, die Sie sich hier im Foyer näher anschauen können. Diese Neuheit, mit der die Kunden unsere Maschinen wie ein Smartphone bedienen können, war das Messehighlight. Und die hohe Nachfrage nach **powerTouch** zeigt uns, dass wir den Bedarf unserer Kunden richtig eingeschätzt haben.

Wir haben inzwischen über 1.000 Einzelmaschinen mit **powerTouch** projektiert und bereits Aufträge über 30 Anlagen mit **powerTouch** erhalten. Das ist ein großer Erfolg, auf den wir stolz sind. Und das Wichtigste: Das System funktioniert in Kundenhand einwandfrei. Auch die

anderen Innovationen, die wir vorgestellt haben, kamen gut bei unserer Kundschaft an, was sich im starken Auftragseingang 2013 niedergeschlagen hat.

Der Erfolg unserer Arbeit im Geschäftsjahr 2013 zeigt sich deutlich in unseren Finanzzahlen.

Unseren Auftragseingang konnten wir 2013 um gut 5 Prozent auf 605 Mio. EUR steigern. Besonders positiv haben sich Nordamerika und Osteuropa entwickelt. Erfolgreich waren wir zudem in Asien mit China sowie in Westeuropa, wo wir jeweils zweistellige Wachstumsraten erzielt haben. Als einzige Region ist, nach dem sehr starken Jahr 2012, erwartungsgemäß Zentraleuropa zurückgegangen.

Unser Umsatz hat sich entgegen dem Branchentrend um drei Prozent auf 789 Mio. EUR erhöht. Der VDMA meldete für unser Segment der sekundären Holzbearbeitung im Umsatz einen Rückgang in 2013 um drei Prozent.

Insbesondere unsere Ertragslage hat sich im Geschäftsjahr 2013 deutlich verbessert. Wir konnten alle Kennzahlen überproportional zum Umsatzplus steigern, so dass sich unsere Ergebnismargen weiter erhöht haben.

Das operative EBITDA, als das Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen, ist dabei um knapp sieben Prozent auf 75,8 Mio. EUR gestiegen.

Unser Jahresergebnis nach Steuern konnten wir sogar um 45 Prozent auf 18,4 Mio. EUR steigern. Damit haben wir unsere Prognose von 15 Mio. EUR deutlich übertroffen. Diese positive Entwicklung zeigt, dass unsere Maßnahmen zur Effizienzsteigerung wirken und wir unsere operative Leistungsfähigkeit weiter verbessert haben.

Die gute Geschäftsentwicklung zeigt sich auch bei der Nettobankverschuldung, die wir von knapp 90 auf unter 70 Mio. EUR reduzieren konnten. Unsere Eigenkapitalquote ist um zwei Prozentpunkte auf knapp 33 Prozent gestiegen. Damit haben wir eine solide Basis für die kommenden Jahre gelegt.

An diesem Erfolg wollen wir Sie, unsere Aktionärinnen und Aktionäre, wieder angemessen beteiligen. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen daher vor, für das Geschäftsjahr 2013 eine Dividende in Höhe von 35 Cent je Aktie auszuschütten, also 40 Prozent mehr als im Vorjahr.

Die gute Entwicklung Ihrer HOMAG Group wird auch vom Kapitalmarkt wahrgenommen. Nachdem unser Aktienkurs im Jahr 2012 bereits um 47 Prozent zugelegt hatte, stieg er 2013 nochmals um 66 Prozent. Der SDAX verbesserte sich dagegen nur um 29 Prozent. Und auch 2014 hat sich diese positive Entwicklung bislang fortgesetzt: Die HOMAG-Aktie ist um 20 Prozent gestiegen – wiederum stärker als der SDAX.

Dazu beigetragen hat auch unsere aktive Kapitalmarktkommunikation. Wir stehen in regelmäßigem Kontakt mit Investoren, Privatanlegern und Analysten.

Es gilt das gesprochene Wort

Im 1. Quartal 2014 hat sich unsere gute Geschäftsentwicklung fortgesetzt.

Das wichtigste Ereignis war die Übernahme der Stiles Machinery, Inc. in den USA. Wir haben mit Wirkung zum 3. Februar unseren bisherigen Minderheitsanteil an den stimmberechtigten Aktien von 29,4 auf 100 Prozent erhöht. Stiles ist mit einem relevanten Marktanteil von über 35 Prozent die führende Vertriebs- und Serviceorganisation für die Holzbearbeitung in den USA.

Stiles erwirtschaftete 2013 einen Jahresumsatz von rund 158 Mio. USD. Dies entspricht einem Plus von 22 Prozent gegenüber 2012. Wir sehen die USA als Wachstumsmarkt und können mit Stiles als kompetenter und profitabler Vertriebs- und Serviceorganisation nun direkt von diesem Marktwachstum profitieren. Mit dem nunmehr erreichten direkten Marktzugang können wir die Re-Industrialisierung in unserer Branche in den USA aktiv mitgestalten, vor allem im Projektgeschäft.

Deshalb war es konsequent, die seit 1992 bestehende Beteiligung jetzt auf 100 Prozent aufzustocken und die stimmberechtigten Anteile von Peter Kleinschmidt zu kaufen. Dieser hat das Unternehmen 39 Jahre geleitet, zur heutigen Bedeutung geführt und sich nun altersbedingt zurückgezogen. Er steht uns noch beratend als Mitglied des Aufsichtsrats von Stiles zur Verfügung.

Aus dieser Übernahme ergeben sich für das 1. Quartal verschiedene belastende Sondereffekte. Trotzdem konnten wir in den ersten drei Monaten 2014 unsere Kennzahlen weiter verbessern.

So hat sich unser Auftragseingang um 6 Prozent auf 229 Mio. EUR erhöht. Wir haben die Berechnung unseres Auftragseingangs umgestellt, um ihn mit dem Umsatz vergleichbarer zu machen. Fortan werden auch die Handelswaren der Produktionsgesellschaften und der Bereich „After Sales“ im Auftragseingang erfasst. Diese Steigerung des Auftragseingangs, die deutlich über den VDMA Vergleichszahlen liegt, spiegelt das Vertrauen der Kunden in unsere Produkte und unseren Service wider.

Unseren Auftragsbestand, der ebenfalls nach der neuen Berechnungsmethode ermittelt wird, haben wir zum 31. März 2014 gegenüber dem bereits sehr guten Vorjahreswert nochmals um knapp 9 Prozent auf 262 Mio. EUR erhöht. Im Vergleich zum Jahresende 2013 bedeutet dies eine Steigerung um 54 Mio. EUR.

Den Umsatz konnten wir in der HOMAG Group zwischen Januar und März 2014 um knapp 16 Prozent auf 205 Mio. EUR erhöhen. Ohne Stiles hätte sich der Umsatz um 10 Prozent erhöht.

Auch unsere Ertragszahlen haben wir im 1. Quartal 2014 verbessert, obwohl sich nach Aufrechnung aller Effekte durch die Stiles-Übernahme eine Belastung im Periodenergebnis in Höhe von insgesamt 1,5 Mio. EUR ergibt. Wir konnten unser operatives EBITDA um gut

13 Prozent auf 15,1 Mio. EUR erhöhen. Das Periodenergebnis ist um über 30 Prozent auf 2,5 Mio. EUR gestiegen.

Ohne Stiles läge das operative EBITDA bei rund 17 Mio. EUR und das Periodenergebnis bei etwa 4 Mio. EUR.

Wie Sie sehen, konnten wir im 1. Quartal 2014 unsere operative Ertragskraft deutlich steigern.

Im Mai konnten wir unsere Finanzierungskonditionen weiter verbessern, denn die Banken honorieren unsere gute Entwicklung der letzten Jahre und stufen unsere Bonität mittlerweile als Investmentgrade ein. Wir haben den in 2012 geschlossenen Konsortialkreditvertrag vorzeitig verlängert und konnten die Konditionen dabei nochmals deutlich verbessern. Die neue Laufzeit beträgt 5 Jahre und das Volumen beläuft sich wie bisher auf 210 Mio. EUR. Unsere Wachstumspläne sind somit weiterhin solide finanziert.

Was erwarten wir für das aktuelle Geschäftsjahr? Fußend auf dem guten Start wollen wir unseren Kurs des profitablen Wachstums fortsetzen. Optimistisch stimmt uns dabei unter anderem auch unser erfolgreicher Auftritt auf der wichtigen Messe HOLZ-HANDWERK Ende März in Nürnberg. Als größter Aussteller verzeichneten wir hier viele Kundenkontakte sowie eine sehr gute Nachfrage nach unseren Produkten.

Und auch die Messe XYLEXPO, die gerade im Mai in Mailand stattgefunden hat, verlief für uns ermutigend: Wir haben Preise für Innovation und Kommunikation gewonnen, einen Zuwachs bei den Kontakten erzielt und im Rahmen von HOMAG Cares, wie auch in Nürnberg, gespendet.

2012 und 2013 haben wir alle unsere Prognosen erreicht oder übertroffen. Wir wollen 2014 den Auftragseingang weiter steigern und nach der neuen Berechnung 760 bis 780 Mio. EUR erreichen. Der angepasste Wert aus dem Vorjahr lag bei 734 Mio. EUR.

Den Umsatz wollen wir 2014 von 789 Mio. EUR auf 860 bis 880 Mio. EUR erhöhen. Dabei resultiert rund die Hälfte des erwarteten Umsatzwachstums aus der Akquisition von Stiles.

Das operative EBITDA vor Aufwand aus Mitarbeiterbeteiligung und vor außerordentlichem Aufwand erwarten wir bei 82 bis 84 Mio. EUR und den Jahresüberschuss bei 20 bis 22 Mio. EUR. Bei den Ergebniskennzahlen werden sich 2014 aus der Stiles-Übernahme noch keine nennenswerten – allenfalls leicht negative – Auswirkungen zeigen. Mit einem positiven Ergebnisbeitrag aus dem Kauf rechnen wir ab 2015.

Am Anfang meiner Rede hatten wir 3 Jahre zurückgeblickt. Lassen Sie uns nun 3 Jahre nach vorne blicken!

Auf der Hauptversammlung im letzten Jahr hatte ich Ihnen unsere Ziele für 2017 vorgestellt. Durch die Übernahme von Stiles haben sich diese etwas verändert.

Wir erwarten jetzt für 2017 einen Umsatz von 1,05 bis 1,1 Mrd. EUR. Da Stiles als Handelsunternehmen geringere Margen als ein produzierendes Unternehmen hat, streben wir nun eine EBITDA-Marge zwischen 11 und 12 Prozent vom Umsatz in 2017 an. Nach wie vor wollen wir eine Eigenkapitalquote von 40 Prozent erreichen und unseren Verschuldungsgrad nachhaltig unter dem Faktor von 1,5 halten.

Wie wollen wir diese Ziele erreichen?

Lassen Sie uns zunächst auf die Zukunft unserer Branche blicken. Die entscheidende Frage ist: Was benötigen unsere Kunden, um künftig erfolgreich zu sein?

Der wahrscheinlich wichtigste Trend ist die zunehmende Individualisierung im Bereich der Möbel und der Wohnung generell. Die Menschen wollen sich in diesem Umfeld individuell ausdrücken. Die Variantenvielfalt wird bei Maßen, Farben, Formen und Materialien immer mehr zunehmen. Deshalb müssen unsere Kunden, die Möbel- und Bauelementehersteller, individuelle Designs in kleinsten Losgrößen wirtschaftlich herstellen können, was bisher eine Domäne des Handwerks war.

Ein zweiter Trend ist die Urbanisierung. Immer mehr Menschen ziehen in die Städte, benötigen dort in neuem Wohnraum neue Möbel. Dies ist in allen Wachstumsmärkten zu beobachten: China, Indien, Brasilien oder Russland. Aber auch in anderen Ländern, die sich schnell entwickeln, wie der Türkei, Thailand oder Malaysia. Um diesem Trend der Urbanisierung gerecht zu werden, müssen wir die Globalisierung unserer Produktion und unserer Vertriebs- und Serviceorganisation weiter vorantreiben.

Der dritte Trend, der uns treibt, ist die zunehmend vernetzte Produktion. Aus der Presse kennen Sie dies unter dem Stichwort „Industrie 4.0“. In unserer Definition gehört zur vernetzten Produktion Folgendes: Das digitale Bauteil, die intelligente Maschine, horizontale und vertikale Vernetzung und das wissende Werkstück. Unsere Kunden werden sich intern und auch mit ihren Lieferanten und Kunden immer stärker vernetzen. Konkret könnte das bedeuten, dass die Maschinen beispielsweise ihr Material selbst bestellen, indem sie auf Daten aus einer Cloud zugreifen. Wir in der HOMAG Group erarbeiten dafür Softwarelösungen auf allen Ebenen, vom CAD/CAM System bis zur Maschinensteuerung.

Die 3 Trends hängen zusammen: Die globale Umsetzung der vernetzten Produktion ermöglicht die Individualisierung!

Sehr geehrte Damen und Herren, lassen Sie mich nun auf unsere strategischen Schwerpunkte für die kommenden Jahre eingehen. Sie gliedern sich in die vier Bereiche Wachstum, Wertsteigerung, Führung und Prozesse. Zunächst zum Wachstum.

Wir sind bereits seit vielen Jahren in allen relevanten Wachstumsmärkten der Welt aktiv. In den kommenden Jahren geht es darum, unsere globale Präsenz weiter gezielt auszubauen, um auch in den neuen Märkten dabei zu sein. Zu Jahresanfang haben wir mit dem Kauf der

restlichen stimmberechtigten Anteile von Stiles einen wichtigen Schritt gemacht. Denn die USA sind ein Wachstumsmarkt. Es gibt dort in den nächsten Jahren großen Investitionsbedarf in moderne Maschinen und Anlagen für die Holzbearbeitung, um die Automatisierung auszubauen.

Dieser Kauf ist auch ein Beleg für unsere Ankündigung, dass wir Akquisitionen tätigen, wenn sie in unsere Strategie passen. Grundsätzlich wollen wir organisch wachsen. Wenn sich allerdings eine Chance bietet, das zu beschleunigen, dann nutzen wir diese.

Die wichtigste Wachstumsregion bleibt für uns Asien, mit China im Vordergrund. Dort haben wir in den letzten Jahren investiert und das zahlt sich bereits aus: 2013 konnten wir unseren Auftragseingang in China um über 20 Prozent steigern und das Ergebnis weiter verbessern. In Zukunft wollen wir dort auch Maschinen für den chinesischen Markt entwickeln. So wollen wir uns das Mid-End-Marktsegment erschließen, um unsere Kunden früh mit den Produkten der HOMAG Group vertraut zu machen. Denn unsere Kunden sollen mit unseren Produkten wachsen und mit uns in höhere Marktsegmente aufsteigen.

Das gilt generell in allen Märkten. „Wachsen mit der HOMAG Group“ ist daher das aktuelle Leitthema auf unseren Messen, das Sie sich in Form eines Baumes auch hier im Foyer anschauen können.

Wir wachsen mit unseren Kunden und unsere Kunden mit uns.

Was heute mit einer kompakten Werkstatt auf 80 m² beginnt, kann zu einem vernetzten Konzept im industriellen Einstiegsbereich heranwachsen. Der Trend (auch im Handwerk) geht zur Automation. Gerade hier überzeugt die HOMAG Group mit neuen, flexiblen und leistungsstarken Lösungen.

Und auch unser Projektgeschäft bauen wir weiter aus, vor allem in den USA und in China.

Wachsen wollen wir nicht nur in den Regionen, sondern auch mit unseren Produkten und Innovationen.

Unsere Produktstrategie zielt unverändert in 3 Richtungen: Erstens wollen wir die Produktivität unserer Kunden steigern. Bei Großserienfertigung durch weitere Verkürzungen der Bearbeitungszeiten und Beschleunigung unserer Produktionslinien. So haben wir kürzlich für den Kunden Maja zwei beidseitige Kantenstraßen zur Bearbeitung von Leichtbauplatten mit einem Vorschub von 80 m/min in Betrieb genommen, was eine Höchstleistung darstellt, insbesondere bei der Aggregatetechnik.

Bei der Losgröße-1-Produktion, dem Gegenteil der Großserienfertigung, geht es darum, die Rüstlücken durch hochdynamische Aggregate immer weiter zu verkürzen und durch die Weiterentwicklung der Fertigungsleittechnik die Anlagensteuerung zu perfektionieren. Das ist dann die operative Umsetzung von vernetzter Produktion (oder „Industrie 4.0“), über die wir

vorher gesprochen haben. Dafür bieten **powerTouch** und die Steuerung **powerControl** die ideale Grundlage. Da ist Ihre HOMAG Group vorne mit dabei!

Zweitens geht es darum, unseren Kunden zu helfen, sich mit ihren Produkten von ihrer Konkurrenz zu unterscheiden. Das heißt, ihnen durch neue Fertigungsverfahren zu ermöglichen, Formen und Oberflächen zu erzeugen, die andere nicht herstellen können. Stichwort hochwertiges Design: Beispiele hierfür sind unser Formfräsen für Griffkanten, die Schrägkantenverleimung auf Bearbeitungszentren, unser **reacTec** Kaschierverfahren und unsere Nullfugenverfahren **laserTec** und **airTec**!

Und drittens wollen wir unseren Kunden helfen, ökologisch zu produzieren, indem wir laufend den Energieverbrauch unserer Maschinen und den Materialeinsatz reduzieren. Dafür haben wir den Begriff **ecoPlus** geprägt. Dazu gehört auch unser Engagement für die Bearbeitung von Leichtbauplatten.

Aus dem Druck, die Produktivität zu erhöhen, ergibt sich bei unseren Kunden weltweit ein steigender Bedarf an Automation und Robotik, wodurch sich für unsere Bereiche Handling, Montage und Verpackung große Wachstumschancen ergeben. Diese Chancen wollen wir nutzen und haben uns daher entschieden, die beiden Tochterunternehmen BARGSTEDT und LIGMATECH bis Ende 2014 in der HOMAG Automation GmbH zusammenzuführen.

Aus dem bereits erwähnten Trend zur vernetzten Produktion ergeben sich große Wachstumspotenziale für unser Projektgeschäft. Denn für unsere Industriekunden werden verkettete und automatisierte Anlagen immer wichtiger.

In der Möbelindustrie gibt es den Trend zu individualisierten Produkten schon seit einiger Zeit.

Was heute schon möglich ist, zeigt Ihnen jetzt ein kurzer Film über ein wegweisendes Projekt bei unserem österreichischen Kunden hali.

Das ist individualisierte vernetzte Produktion – wir leben „Industrie 4.0“ bereits heute!

Sehr geehrte Damen und Herren, da wir profitabel wachsen wollen, ist für uns die Wertsteigerung ebenso wichtig wie das Wachstum.

Zu diesem Punkt möchte ich Ihnen zwei Großprojekte vorstellen, die wir aktuell bearbeiten:

1. Unser Einkaufsprojekt: Wir wollen unsere Materialkosten weiter reduzieren und bündeln daher gruppenübergreifend unsere globalen Beschaffungsaktivitäten. Bei zwei Drittel unseres aktuellen Einkaufsvolumens, dies sind jährlich rund 235 Mio. EUR, wollen wir Einsparungen im mittleren einstelligen Prozentbereich erreichen. Wir setzen das Projekt schrittweise um und gehen davon aus, dass die Maßnahme 2015 voll ergebniswirksam ist.

2. Das Projekt zur Optimierung der Produktkosten: Bei diesem ebenfalls gruppenweiten Projekt untersuchen wir für sieben Maschinenbaureihen systematisch mit den Methoden der Wertanalyse, wo konstruktiv in den Aggregaten Kostenpotenziale stecken, bei vollem Erhalt der Funktion. Und wir suchen noch Ideen, durch Zusatzfunktionen höhere Preise zu erlösen. Wir gehen mittelfristig von einer Ergebnisverbesserung in einem mittleren einstelligen Prozentbereich aus.

Bei unserem Schwerpunkt „Führung“ haben wir in den letzten Monaten an dem Thema Compliance gearbeitet. „Compliance“ bedeutet nichts anderes, als dass alle Mitarbeiter der HOMAG Group weltweit jederzeit alle Gesetze einhalten. Um dies sicherzustellen, haben wir unser Compliance-System weiterentwickelt. Seit April dieses Jahres sind der Verhaltenskodex und die Richtlinien bezüglich Korruptionsvermeidung und Kartellrecht für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit verbindlich.

Damit wollen wir unseren Mitarbeitern Leitlinien für ihre tägliche Arbeit geben. Zusätzlich haben wir die Stelle einer Compliance-Beauftragten geschaffen.

Wir investieren in unsere Prozesse mit dem bereits erwähnten Großprojekt „ProFuture“. Nach der SAP-Einführung bei BRANDT arbeiten wir aktuell an der Einführung bei der HOMAG Automation. Am 1. April wurde SAP am Standort Lichtenberg eingeführt, zum 1. Januar 2015 folgt Hemmor. Bis 2017 werden wir sukzessive in allen deutschen Produktionsgesellschaften SAP für die Produktionssteuerung einsetzen.

Im Endzustand soll „ProFuture“ die komplett automatisierte Abarbeitung von Aufträgen in unserer Firma ermöglichen!

So viel zu unserer Strategie und zum aktuellen Stand der Umsetzung unserer Maßnahmen. Mit den Schwerpunkten Wachstum, Wertsteigerung, Führung und Prozesse wollen wir unsere Ziele für 2017 erreichen, Ihre HOMAG Group noch wertvoller machen und für unsere Kunden, unsere Mitarbeiter und Sie, unsere Kapitalgeber, ein verlässlicher Partner bleiben.

Was waren meine Kernbotschaften?

- Wir haben in den letzten 3 Jahren viel angepackt und erreicht.
- 2013 war ein gutes Jahr: Wir haben alle Ziele erreicht oder übertroffen.
- Wir wollen 2014 und darüber hinaus weiter profitabel wachsen.
- Wir setzen unsere strategischen Maßnahmen konsequent um.

„Wir sagen, was wir tun, und wir tun, was wir sagen“!

So stellen wir sicher, dass unsere HOMAG Group, Ihr Unternehmen, ihren erfolgreichen Weg fortsetzt. Wir setzen gemeinsam mit unserer engagierten Mannschaft alles daran, auf diesem Weg jeden Tag ein Stück voranzukommen.

Herzlichen Dank

Sehr geehrte Damen und Herren,

bevor wir nun in die Generaldebatte eintreten, möchte ich Ihnen noch die wesentlichen Tagesordnungspunkte aus Sicht der Verwaltung erläutern.

Unter Tagesordnungspunkt 1 wird der Hauptversammlung neben dem Jahresabschluss insbesondere der erläuternde Bericht des Vorstands zu den Angaben nach § 289 Abs. 4 und Abs. 5 und § 315 Abs. 4 des Handelsgesetzbuches für das abgelaufene Geschäftsjahr 2013 vorgelegt. In diesem Bericht finden Sie Erläuterungen zu den Angaben im Lagebericht zu unserer Aktie, zu übernahmerelevanten Sachverhalten sowie zu den wesentlichen Merkmalen des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess.

Unter Tagesordnungspunkt 2 schlagen Vorstand und Aufsichtsrat vor, für das erfolgreiche Geschäftsjahr 2013 eine Dividende in Höhe von 35 Cent je Aktie auszuschütten. Damit folgen wir weiterhin unserer Dividendenpolitik, indem wir rund 30 Prozent des Konzernjahresergebnisses nach Anteilen ohne beherrschenden Einfluss an unsere Aktionärinnen und Aktionäre ausschütten wollen.

Unter Tagesordnungspunkt 6 bitten wir Sie um Ihre Zustimmung zum Abschluss eines Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrags zwischen der HOMAG Group AG und der HOMAG Holzbearbeitungssysteme GmbH. In diesem Punkt folgen wir nur einer Gesetzesänderung. Denn es besteht bereits seit 2002 ein Gewinnabführungsvertrag zwischen den beiden Gesellschaften. Durch eine Änderung des Körperschaftssteuergesetzes müssen Gewinnabführungsverträge mit einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung als Organgesellschaft künftig eine Verlustübernahme durch einen dynamischen Verweis auf § 302 AktG in seiner jeweils gültigen Fassung vorsehen. Vor dem Hintergrund dieser Gesetzesänderung soll der zwischen der HOMAG Group AG und der HOMAG Holzbearbeitungssysteme GmbH bestehende Gewinnabführungsvertrag vom 19. Dezember 2002 mit Wirkung zum Ablauf des 31. Dezember 2014 aufgehoben und ein neuer Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag zwischen den beiden Unternehmen geschlossen werden. Dafür bitten wir Sie um Ihre Zustimmung. Den Wortlaut des neuen Vertrages finden Sie in Ihrer Einladung.

Vielen Dank.