

Ansprache vor den Aktionärinnen und Aktionären der NORMA Group SE auf der ordentlichen virtuellen Hauptversammlung am 20. Mai 2021

Es gilt das gesprochene Wort.

Dr. Michael Schneider, Vorsitzender des Vorstands

Meine sehr geehrten Damen und Herren,  
sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

wir wachsen mit und an den Herausforderungen, die uns täglich begegnen. Das Jahr 2020 ist dafür ein Paradebeispiel. Wir haben in den vergangenen Monaten als NORMA Group einige Herausforderungen gehabt, viel gelernt und viel bewegt. **2020 war in der Tat ein AUSSERGEWÖHNLICHES Jahr.**

Damit **begrüße** ich Sie im Namen des gesamten Vorstands herzlich zu unserer zweiten virtuellen Hauptversammlung zum Abschluss dieses außergewöhnlichen Jahres 2020. Wir freuen uns, dass Sie zugeschaltet sind und uns begleiten.

Gerne hätten wir Sie heute wieder persönlich empfangen. Sicherheit und Gesundheit gehen jedoch vor. Daher haben wir uns auch in diesem Jahr bewusst für ein virtuelles Format entschieden. Wir hoffen, dass sich dies künftig wieder ändert, denn der persönliche Austausch mit Ihnen ist uns sehr wichtig.

**Times are Changing** – Dazu habe ich im vergangenen Jahr auf unserer Hauptversammlung zu Ihnen gesprochen. Seitdem hat sich mit dem Coronavirus tatsächlich vieles verändert. Die See ist sozusagen rauer geworden. Der anhaltende, kräftezehrende Zustand verlangt allen Beteiligten sehr viel ab. Für Ihre Unterstützung, Ihr Verständnis und das in uns gesetzte Vertrauen in dieser außergewöhnlichen Zeit möchte ich mich gleich zu Beginn meiner Rede, auch im Namen meiner Kollegin, Frau Stieve, und meines Kollegen, Herrn Dr. Klein, bei Ihnen bedanken.

**„Außergewöhnlich“**, das beschreibt die Situation im Jahr 2020 sehr treffend. Ein Jahr, das über das gewohnte „Vorstellbare“ hinaus ging. Das plötzliche Aufkommen des Coronavirus, dessen rasante weltweite Verbreitung, noch nie dagewesene globale Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie – all das kam wie ein Sturm über uns. Es hat unser aller Leben und viele wirtschaftliche Bereiche im Frühjahr 2020 für mehrere Wochen weitgehend stillgelegt. **Ein**

**außergewöhnlicher Zustand, der uns und unsere Gesellschaft nachhaltig verändert und geprägt hat.**

Auch für die NORMA Group sind mit den veränderten Rahmenbedingungen viele Herausforderungen entstanden. Unser gewohntes globalisiertes Arbeiten und Handeln war stark verändert, das Umfeld war von Unsicherheit geprägt. Wir wurden herausgefordert, in einer noch nie dagewesenen Sondersituation die richtigen Entscheidungen schnell zu treffen und umzusetzen. Aber was ist „richtig“, wenn nichts mehr so ist, wie es einmal war? Vieles galt es zu beachten, einiges davon gänzlich neu.

Die wohl wichtigste Herausforderung, die wir aktiv wahrgenommen haben, war der **Schutz unserer Beschäftigten**. Wir haben frühzeitig alle notwendigen Maßnahmen ergriffen, um die negativen Auswirkungen der Pandemie auf unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einzudämmen. Hier haben wir auch von unseren Kollegen in der Region Asien-Pazifik gelernt. Sie haben umfassende Maßnahmen im Wesentlichen aufgrund der zeitlichen Abfolge der Entstehung der Pandemie mit einem gewissen Vorsprung entwickelt. Auf dieser Erfahrung konnten wir aufsetzen bei dem Ausrollen unseres gruppenweiten Programms.

Diese Maßnahmen werden von unserer globalen **COVID-19-Task Force** gesteuert. Wir haben standardisierte, interne Richtlinien etabliert, die das Verhalten am Arbeitsplatz regeln. Dazu gehören vor allem strenge Hygienemaßnahmen. „Auf Abstand gehen!“ – das ist das Gebot der Stunde.

An die Stelle von Geschäftsreisen treten Videokonferenzen. Überall dort, wo es möglich ist, kommen Homeoffice und mobiles Arbeiten zum Einsatz. Und diese Art der Arbeitsorganisation funktioniert sehr gut. Dafür haben wir unsere Digitalisierungsmaßnahmen zügig vorangetrieben. Diese Herausforderung haben unsere Informationstechniker sehr gerne angenommen. Sie haben quasi aus dem Stand und innerhalb weniger Tage das mobile Arbeiten für einen großen Teil unserer Belegschaft ermöglicht. Das ist bemerkenswert.

Nicht alle unsere Beschäftigten können von zu Hause aus arbeiten. Viele unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind tagtäglich vor Ort und in der Produktion im Einsatz. Sie sorgen dafür, dass unser Unternehmen genug Power hat, um dieses Unwetter gut zu durchfahren. Die Produktion stellen wir unter den gewandelten Rahmenbedingungen ebenfalls – im wahrsten Sinne des Wortes – „sicher“.

Im Mittelpunkt unserer Aktivitäten steht: **Infektionen vermeiden!** Dieser Herausforderung sind wir mit geänderten Schichtplänen und weiteren Maßnahmen zur Kontaktminimierung begegnet. Auch Präventivmaßnahmen und Infektionsschutzeinrichtungen kommen zum Einsatz. Dazu gehören im Besonderen regelmäßiges Testen, umfassende Schutzausrüstungen, Regelungen für Pausen, und natürlich grundsätzlich: Gesundheit hat Vorrang!

Wir sind ein global tätiges Unternehmen. Unsere **Lieferketten** erstrecken sich über mehrere Kontinente. Eine sehr herausfordernde Aufgabe ist es, diese weltweit zu sichern. Unter den Gegebenheiten des unsicheren, veränderten Marktumfelds ist dies kein leichtes Unterfangen.

Auch standen wir vor der Aufgabe, Prozesse grundlegend an die geänderten Gegebenheiten anzupassen. Wir sind dabei stets „am Steuer“ geblieben. Wir haben umgedacht, umgelenkt, erneut überdacht. Corona brachte zwar raue Bedingungen mit sich, aber mit unseren Maßnahmen hatten wir jederzeit das richtige Instrument zur Hand, um auf die neuen Herausforderungen entsprechend zu reagieren.

Ein gutes Krisenmanagement gelingt nur, wenn alle Teams und alle „Spieler“ in den Teams mitmachen und dazu beitragen. Und das war der Fall!

Um die wirtschaftlichen Konsequenzen der Corona-Pandemie abzufedern, haben wir verschiedene Maßnahmen zur Kostenflexibilisierung eingeführt. Diese beinhalteten unter anderem auch den Einsatz von Kurzarbeit an vielen Standorten.

Meine Damen und Herren,

es war dabei nicht nur eine hohe Reaktionsgeschwindigkeit gefragt. Wir haben auch unsere Flexibilität unter Beweis gestellt. Darauf fokussiert auch unser bereits im Jahr 2019 gestartetes globales Transformationsprogramm „Get on track“. Auf dieses werde ich im späteren Verlauf meiner Rede noch eingehen. Lassen Sie uns zunächst gemeinsam auf die Entwicklung der wesentlichen **Kennzahlen im Jahr 2020** zurückblicken.

Für viele Unternehmen, so auch für uns, war das vergangene Geschäftsjahr ein **kritisches Ausnahmejahr**. Dabei hat sich unser Unternehmen als robust erwiesen. Die nach dem Lockdown im Frühjahr 2020 im Laufe des letzten Jahres wieder eingetretene Erholung der Wirtschaft konnten wir gut für uns nutzen, so dass wir im vierten Quartal 2020 wieder organisch gewachsen sind. Wir haben in

2020 einen Konzernumsatz in Höhe von 952,2 Millionen Euro erzielt. Dies entspricht einem organischen Umsatzrückgang von 12,1 Prozent.

Insgesamt mussten wir aufgrund der wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Pandemie **herbe Einbußen bei unserem Ergebnis und der Marge** hinnehmen. Auslöser waren der starke Nachfrageeinbruch sowie Produktionsunterbrechungen in zahlreichen Werken im zweiten Quartal 2020.

Das bereinigte EBITA sank um 62,3 Prozent auf 54,6 Millionen Euro. Die bereinigte EBITA-Marge lag bei 5,7 Prozent. Ebenso deutlich unter dem Vorjahr blieb das bereinigte EBIT mit 45,3 Millionen Euro, was einer bereinigten EBIT-Marge von 4,8 Prozent entspricht. Auch das bereinigte Periodenergebnis und das bereinigte Ergebnis je Aktie lagen mit 24,3 Millionen Euro beziehungsweise 77 Cent unter Vorjahresniveau. Das können wir besser, aber unter den gegebenen Voraussetzungen sind wir zufrieden, diese positiven Ergebnisse erzielt zu haben.

Der Margenrückgang im Vergleich zum Vorjahr reflektiert einerseits die Einflüsse der Corona-Pandemie auf unser Geschäft. Andererseits haben auch Zusatzaufwendungen aus dem Transformationsprogramm „Get on track“ in Höhe von 29 Millionen Euro die Marge beeinflusst.

Diese werden im Sinne einer transparenten Darstellung nicht bereinigt.

Auf der **Kapitalseite** haben wir sichtbare Erfolge erzielt. Unsere wesentliche Liquiditätskennziffer, der operative Netto-Cashflow, hat sich auch im Krisenjahr 2020 stark entwickelt. Er lag bei 78,3 Millionen Euro. Wir haben ein sehr **aktives und striktes Management unserer Liquidität**. Dank dieses strikten Cash Managements ist es uns auch gelungen, unsere Nettoverschuldung deutlich zu reduzieren. Unsere Eigenkapitalquote stieg im Jahr 2020 leicht auf 41,7 Prozent. Diese stabile Basis auf der Eigenkapital- und Fremdkapitalseite schafft uns notwendigen Handlungsspielraum und die notwendige Basis für unsere Wachstumsstrategie.

Betrachten wir die Marktsituation:

Hier wurde im vergangenen Jahr sichtbar, dass wir mit unserem auf **unterschiedliche Endmärkte fokussierten Geschäftsmodell** gut aufgestellt sind. Diese Fokussierung ist elementar. Sie gibt uns in unsicheren Zeiten auch eine gewisse **Unabhängigkeit von zyklischen Schwankungen einzelner Endmärkte**. Ein anschauliches Beispiel dafür ist die positive Entwicklung des Wassergeschäfts unserer US-amerikanischen Tochter NDS.

**Wasser** ist überlebenswichtig, auch in Zeiten, wenn ein „normales Leben“ kaum möglich ist. Wir brauchen Wasser, sei es im Haushalt, im Garten oder in der Produktion. Da unsere Wassermanagement-Produkte dazu beitragen exakt diese Bedarfe zu decken, hat sich unser US-Wassergeschäft auch im Coronajahr 2020 als sehr resilient und nachhaltig erwiesen. Es wuchs um 6,7 Prozent. Damit stieg der Anteil unseres Wassermanagement-Geschäfts am Konzernumsatz im Jahr 2020 auf rund 23 Prozent. Ein **außergewöhnlicher Wachstumserfolg** in einem kritischen Ausnahmejahr.

Auch im Bereich der **Elektromobilität** wollen wir weiter wachsen. Unsere ausgezeichneten Entwicklungsteams brachten neue, funktionskritische Produkte auf den Markt. Ein Beispiel ist der Steckverbinder „eM Twist“. Ein Schlüsselprodukt in unserem Portfolio, das die Kompetenz unserer F&E-Abteilung zum Ausdruck bringt.

Wir haben uns als Unternehmen auch im Hinblick auf **Umwelt und Nachhaltigkeit** klare Ziele gesetzt: Wir wollen den schädlichen Ausstoß von Emissionen reduzieren. Im vergangenen Jahr haben wir unseren weltweiten CO<sub>2</sub>-Fußabdruck deutlich verringert. Unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen sind um 8,6 Prozent gesunken.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

auch im schwierigen Coronajahr 2020 haben wir wichtige Erfolge erzielt. Diese Resultate sind stets das Ergebnis von **Teamarbeit**. Die Teamleistung der NORMA Group in den außergewöhnlichen Fahrwassern 2020 erfüllt uns mit Stolz. **Unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gebührt ganz besonderer Dank für ihr großes Engagement, ihre Loyalität und den Zusammenhalt im Jahr 2020.**

All dies haben unsere Teams zusätzlich zu den Maßnahmen aus dem **Transformationsprogramm „Get on track“** geleistet. Mit der kontinuierlichen Umsetzung des globalen Transformationsprogramms arbeiten unsere Teams mit geballter Kraft daran, die NORMA Group für die Zukunft noch besser aufzustellen. Wir schaffen aktiv Voraussetzungen für weiteres Wachstum und wir steigern unsere Profitabilität. Dafür haben wir unterschiedliche zielgerichtete Maßnahmen in der Umsetzung. Diese betreffen, wie Sie bereits wissen, im Wesentlichen drei Punkte:

**Erstens:**

**Wir optimieren unsere Standortstruktur weltweit.**

Dies beinhaltet zum einen einschneidende, jedoch erforderliche Maßnahmen, um unsere NORMA Group langfristig weiter wettbewerbsfähig aufzustellen. Im Juni 2020 haben wir zum Beispiel

über die **Verlagerung** unserer Produktion aus Gerbershausen in unser bestehendes Werk in Tschechien informiert. Zum anderen bauen wir zugleich unsere Kapazitäten in unseren Werken in Polen und China aus. Wir stellen unsere Produktionslandschaft global effizienter auf.

#### **Zweitens:**

**Wir straffen unser Produktportfolio mit einem aktiven Portfoliomanagement.** Dafür transferieren wir zum Beispiel Produkte, die in einer geringeren Frequenz und Anzahl nachgefragt werden, direkt an Großhändler. Dies senkt den Aufwand in der Produktion, im Marketing und Vertrieb spürbar.

#### **Drittens:**

**Ein wesentlicher Baustein im Rahmen von „Get on track“ ist auch die Verbesserung unserer konzernweiten Strukturen und Prozesse.** Insbesondere wollen wir unsere Einkaufsposition besser nutzen – durch eine klare, globale Einkaufsverantwortung für die zentralen Rohstoff- und Materialgruppen. Dies erfordert eine Optimierung der Einkaufsprozesse und eine regionenübergreifende Vereinheitlichung.

Diese drei Initiativen sind notwendig und ein wesentlicher **Baustein unserer Strategie.** Mit ihnen stellen wir wichtige Weichen zur Optimierung unserer Prozesse. Zudem erhöhen wir unsere Flexibilität und Agilität, um unser Unternehmen auch für die Zukunft erfolgreich

aufzustellen. Im Laufe dieser „Reise“ wird die NORMA Group weiter gestärkt, schlank und schlagkräftig aufgestellt sein.

Meine Damen und Herren,

für unsere Zukunft haben wir ein klares Ziel vor Augen. Wir wollen **Marktführer für Verbindungs- und Fluid-Handling-Technologie** in bestehenden und **künftigen** Märkten sein. Darauf richten wir unser Geschäft im Rahmen unserer nachhaltigen Wachstumsstrategie aus.

Wir verfügen über ein erfolgreiches und nachhaltiges **Geschäftsmodell**, das die relevanten globalen Herausforderungen adressiert: die **Megatrends Klimawandel und Ressourcenknappheit**. Diese Treiber formen unsere Märkte der Zukunft mit steigender Dynamik.

Von elementarer Bedeutung für unser Kerngeschäft sind insbesondere die **Zukunftsmärkte Wasser und Elektromobilität**. Wir richten unsere Geschäftsaktivitäten kontinuierlich auf diese für uns wesentlichen Märkte aus. Dazu haben wir unsere Strategie im vergangenen Jahr weiterentwickelt.

Mit der **Strategie 2025** werden wir profitabel und nachhaltig wachsen und unseren Wert steigern. Wir haben einen klaren Fokus auf Kunden

und Märkte. Damit konzentrieren wir uns noch stärker auf die speziellen Marktanforderungen in den **strategischen Geschäftsfeldern Wassermanagement, Industrieanwendungen sowie Mobilität und neue Energien.**

Entsprechend richten wir auch die **Organisation** der Regionen und der gesamten Unternehmensgruppe aus. So werden wir auch in Zukunft zielgerichtete und den Anforderungen unserer Kunden entsprechende Produkte und Lösungen entwickeln.

### **Was beinhaltet die Fokussierung unserer Strategie?**

Im **Bereich Wassermanagement** sehen wir einen attraktiven Wachstumsmarkt. Aktuell bedienen unsere Produkte insbesondere die Anwendungsbereiche Regenwassermanagement und Landschaftsbewässerung sowie auch den Bereich „Flow-Management“. Das bedeutet: Unsere Produkte bringen die wertvolle Ressource Wasser effizient und zuverlässig genau dort hin, wo sie gebraucht wird. **Wir helfen unseren Kunden, die knappe Ressource Wasser mit unseren Produkten effizient einzusetzen.**

**Das Produktangebot im Wassermanagement werden wir ausweiten und auch durch selektive Akquisitionen stärken.** Zusätzliche Potenziale sehen wir neben dem Fokus auf die Wassermenge auch in den Anwendungsbereichen zur Sicherstellung der Wasserqualität sowie der **Wiederverwendung** von Wasser. Vor dem Hintergrund der

zunehmenden Ressourcenknappheit sind dies wesentliche Anwendungsbereiche, in denen wir unsere Aktivitäten weltweit ausbauen können.

Im **Bereich Industrieanwendungen** geht es uns vor allem darum, unsere **globale Präsenz** in den verschiedenen Märkten auszubauen. Wir wollen damit noch näher an unseren Kunden sein. Auch hier sehen wir – wie auch in unserem Wassergeschäft – ein großes Potenzial durch die weitere **Digitalisierung** unseres Geschäfts. Unsere DIGITAL-COMMERCE-Aktivitäten sind ein wichtiger Treiber in diesem Bereich. Unser Wassergeschäft in den USA ist über Digital-Commerce-Kanäle bereits sehr gut aufgestellt. Auf diesem guten Erfolg wollen wir aufsetzen und weiter wachsen.

Im **Bereich Mobilität und Neue Energien**, ganz besonders im Bereich **Elektromobilität**, verfügen wir bereits über ein breites Produkt- und Technologieportfolio.

Unsere Produkte und Lösungen „**innerhalb der Fahrzeuge**“ sind heute im Markt gut etabliert – in **allen Varianten von Antrieben**. Sie unterstützen unsere Kunden dabei, die immer strenger werdenden Abgasnormen zu erfüllen und CO<sub>2</sub>-Emissionen zu reduzieren. Diese Position bauen wir stetig aus.

Für die NORMA Group ergeben sich zudem auch **„außerhalb von Fahrzeugen“** zusätzliche interessante Chancen, um von den Entwicklungen in der Elektromobilität beziehungsweise von „New Energy“ zu profitieren. Die Einsatzgebiete reichen von der Energiegewinnung, etwa Verbindungstechnik für den Einsatz in Windkraftanlagen, bis hin zur Energiespeicherung und Energieverwendung, beispielsweise in Ladestationen und sogenannten „Wallboxes“ für den Heimgebrauch.

Bei allen Anstrengungen legen wir das Augenmerk darauf, unsere **Innovationsfähigkeit** zu stärken. Nur wer innovativ ist, kann langfristig im Markt bestehen. Daher investieren wir Jahr für Jahr in Forschung und Entwicklung. Auch in den vergangenen Monaten haben wir unser Produktportfolio für die Zukunftsmärkte Wasser und Elektromobilität erfolgreich erweitert. Gerne möchte ich Ihnen **zwei besondere Produktinnovationen** kurz vorstellen.

Unser **Steckverbinder „eM Twist“**, ich habe ihn bereits kurz erwähnt, ist ein **Schlüsselprodukt für die Elektromobilität**. Er ist extrem leicht und kann platzsparend verbaut werden. Damit kann er **optimal in Thermomanagementsystemen in Elektrofahrzeugen und Hybriden** eingesetzt werden, denn hier kommt es sprichwörtlich auf jedes **Gramm** Gewicht an. Zudem spart er in seiner Herstellung rund **ein Drittel CO<sub>2</sub>-Emissionen** im Vergleich zu ähnlichen Steckverbindern in

herkömmlichen Kühlsystemen ein. Diese großartige Produktentwicklung unterstreicht die Innovationsstärke der NORMA Group und ist ein großer Schritt für unser Unternehmen, unsere Kunden und unsere Umwelt.

Unsere **Innovationen im Bereich Wassermanagement** unterstützen unsere Kunden dabei, Wasser effizient einzusetzen und den Wasserverbrauch zu senken. Ein Beispiel ist die Markteinführung des **prämierten Produkts Raindrip RootWise™**. Dieses ermöglicht eine effiziente Bewässerung von Pflanzenstämmen und -wurzeln. Zugleich spart dieses Produkt bis zu **80 Prozent Wasser** im Vergleich zu einem herkömmlichen Sprinkler ein.

Meine Damen und Herren,

Sie sehen, mit unseren innovativen Produktentwicklungen werden wir unserer **unternehmerischen Verantwortung** gerecht. Wir stehen dabei auch für **gelebte Nachhaltigkeit**. Dies belegt unser **Engagement in den Bereichen Umwelt, Soziales sowie Governance**.

Im Hinblick auf den Bereich „**Umwelt**“ haben wir nicht nur unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen im Jahr 2020 um 8,6 Prozent gesenkt, wir haben auch unser mittelfristiges Klimaziel verschärft: Bis 2024 wollen wir unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen um rund 19,5 Prozent gegenüber dem Jahr 2017 verringern. Daher prüfen wir kontinuierlich in allen Werken gezielte Maßnahmen zur Senkung des Energiebedarfs. Auch beziehen wir

bereits frühzeitig wesentliche Nachhaltigkeitskriterien in die Entwicklung unserer Produkte ein.

Wir wollen nicht nur „grün“ produzieren, sondern unsere **gesamte Wertschöpfungskette nachhaltig ausrichten**. Daher basiert zum Beispiel ein Teil unserer Konzernfinanzierung bereits seit 2019 auf einer „grünen“ Nachhaltigkeitskomponente. Je umweltfreundlicher wir wirtschaften, desto besser werden die Kreditkonditionen. Dieser ganzheitliche Ansatz ist uns wichtig. **Nachhaltigkeit und „ESG“ sind integraler Bestandteil unserer Strategie.**

Auch im **Bereich Soziales** haben wir wichtige Fortschritte erzielt. Unsere engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind unsere wertvollste Ressource. Wir wollen unserer Belegschaft ein sicheres Arbeitsumfeld bieten.

Ein besonderer Fokus liegt derzeit auf der Eindämmung der Auswirkungen der Corona-Pandemie und dem Schutz unserer Belegschaft. Darüber hinaus hat zum Beispiel die Vermeidung von Arbeitsunfällen generell oberste Priorität für uns. Wir arbeiten kontinuierlich daran, entsprechende Arbeits- und Gesundheitsschutzvorkehrungen zu optimieren. So haben wir es geschafft die Zahl der Arbeitsunfälle seit 2014 um mehr als 50 Prozent zu senken.

Geschafft haben wir dies durch kontinuierliches Monitoring und auch durch Weiterbildung. Fortlaufendes „Lernen“ ist hierbei essenziell. Mit unseren umfassenden Weiterbildungsprogrammen tragen wir dazu bei, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit dem bestmöglichen Werkzeug und Instrumentarium auszustatten. Die hohe Anzahl der Weiterbildungsstunden belegt unser Vorgehen. Wir wollen Arbeitgeber der Wahl sein und streben danach, die besten Talente in unserem Unternehmen dauerhaft an uns zu binden.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

die NORMA Group versteht sich als verantwortungsvoller Teil unserer Gesellschaft. Gesellschaftliches Engagement ist uns daher ein besonderes Anliegen. Unser Leuchtturmprojekt hierbei ist **NORMA Clean Water**. Dieses Projekt haben wir **bereits im Jahr 2014** mit unserem langjährigen Partner, der Kinderhilfsorganisation PLAN International, ins Leben gerufen. Gemeinsam arbeiten wir seitdem daran, Kindern und deren Familien Zugang zu sauberem Wasser zu verschaffen.

Seit 2017 sind wir im Nordosten Brasiliens aktiv. **Wir verbessern aktiv** die Lebens- und Gesundheitsbedingungen der Menschen dort. Weil uns dieses Thema sehr am Herzen liegt, haben wir das **Engagement im vergangenen Jahr in einer zweiten Projektphase fortgesetzt und ausgeweitet**. Wir freuen uns gemeinsam mit PLAN International,

weiterhin an den Themen Gesundheit, Hygiene und Wasserversorgung zu arbeiten. Damit geben wir Familien dort eine Perspektive für ein „besseres Morgen“ – für eine Zukunft, in der auch sie wachsen können.

Die Grundlage unseres Engagements in allen Ebenen bildet unser Bekenntnis zu den zehn Prinzipien des **UN Global Compact** in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitnehmer, Umwelt und Anti-Korruption. Das bedeutet: Wir setzen „richtige“ Prozesse und regelkonformes Handeln voraus. Darauf konzentriert sich der **Bereich Governance**. Im Jahr 2020 haben wir das Compliance-Managementsystem hinsichtlich unserer Verhaltensrichtlinien sowie des damit verbundenen Trainingskonzeptes aktualisiert und weiter verbessert. Unter anderem achten wir vor allem auch darauf, im **Einkauf** Nachhaltigkeitskriterien in die Auswahl unserer Lieferanten einzubeziehen. Denn wir erwarten, dass sich unsere Lieferanten an die gleichen Regeln halten, die auch wir erfüllen.

Unser Fokus liegt darauf, **nachhaltig Wert** zu schaffen und einen wirklichen Mehrwert zu liefern. Unsere sehr gute und noch weiter verbesserte Bewertung in verschiedenen **externen Nachhaltigkeitsratings** bestätigt uns in unserem ganzheitlichen, nachhaltigen Ansatz. Diesen werden wir auch weiterhin verfolgen.

Sehr geehrte Damen und Herren,

bevor ich meine Rede beende, möchte ich gerne mit Ihnen auf die **Entwicklung im 1. Quartal 2021** schauen.

Das Geschäft der NORMA Group hat sich im 1. Quartal 2021 trotz der anhaltenden Pandemie **gut entwickelt**. Ursache hierfür ist die konjunkturelle Wiederbelebung in allen unseren wesentlichen Kundenindustrien. Der Konzernumsatz lag mit 286,4 Millionen Euro um 13,0 Prozent über dem Niveau des Vorjahreszeitraums. Organisch sind wir gegenüber dem Vorjahresquartal um 17,8 Prozent gewachsen. Positiv entwickelt hat sich nicht nur der Bereich Mobilität und neue Energien. Auch in den Bereichen Wassermanagement und Industrieanwendungen war im Vergleich zum 1. Quartal des Vorjahres ein signifikanter Nachfrageanstieg zu verzeichnen.

Die operativen Ergebniskennzahlen haben sich deutlich verbessert. Das bereinigte EBITA betrug 39,5 Millionen Euro und damit die bereinigte EBITA-Marge 13,8 Prozent. Auch das bereinigte EBIT und die bereinigte EBIT-Marge lagen mit 36,9 Millionen Euro beziehungsweise 12,9 Prozent deutlich über dem Vorjahresniveau. Positiv war auch unser operativer Netto-Cashflow. Er lag im 1. Quartal 2021 bei 2,5 Millionen Euro.

Vor dem Hintergrund dieser **verbesserten Geschäftssituation** ist es uns wichtig, Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, entsprechend am Erfolg der NORMA Group zu beteiligen. Wir schlagen Ihnen daher eine **Dividende** in Höhe von 70 Cent je Aktie vor. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von rund 92 Prozent. Damit wollen wir die reduzierte Dividende aus dem vergangenen Jahr teilweise kompensieren. Langfristig werden wir wieder zu unserer gewohnten Dividendenstrategie mit einer Ausschüttungsquote von rund 30 bis 35 Prozent des bereinigten Periodenergebnisses zurückkehren.

Meine Damen und Herren,

es ist insgesamt schwer abzuschätzen, welche **Herausforderungen** die Pandemie im Jahr 2021 noch bereit hält. **Sicher ist: Die Zeiten sind und bleiben außergewöhnlich.**

Corona wird uns noch weiter herausfordern. Wichtig: Die NORMA Group ist auf die Zukunft **bestens** vorbereitet. Wir blicken mit Optimismus und Zuversicht in die Zukunft. Unsere **Agenda** ist klar:

**Wir konzentrieren uns auf profitables Wachstum** in unseren klar definierten Wachstumsbereichen und optimieren weiter unsere Prozesse und Strukturen.

**Wir sind finanziell gut aufgestellt und strategisch auf dem richtigen Weg.**

**Wir haben ein klares Ziel vor Augen:** Wir wollen Marktführer für Verbindungs- und Fluid-Handling-Technologie für bestehende und **künftige** Märkte weltweit sein.

Vor uns liegt eine **erfolgreiche Reise**. **Wir freuen uns, wenn Sie uns weiterhin auf dieser Reise begleiten.**

Ich bedanke mich ganz herzlich für Ihre Aufmerksamkeit und übergebe das Wort nun wieder an unseren Aufsichtsratsvorsitzenden, Herrn Hauptmann.