

**Hauptversammlung 2010 der Pfleiderer AG**  
**Mittwoch, 23. Juni 2010**  
**Rede / Rechenschaftsbericht des Vorstands**  
**Hans H. Overdiek, CEO Pfleiderer AG**

---

- Es gilt das gesprochene Wort -

Meine sehr geehrten Damen und Herren, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, auch ich begrüße Sie recht herzlich im Namen des gesamten Vorstandes bei unserer Hauptversammlung.

Auf den Tag genau vor einem Jahr sind wir auch hier in München zusammengekommen, damals, um das Geschäftsjahr 2008 zu beleuchten. Ich sprach in meiner Einleitung von „beispiellosen Herausforderungen für die Weltwirtschaft“ und der „Wucht der globalen Absatzkrise“.

Dennoch war der Titel meiner damaligen Präsentation ein vorsichtig optimistisches „Wettbewerbsvorteile ausbauen“. Am Höhepunkt der Finanzmarktkrise und am Anfang der Wirtschaftskrise erschien dieser Titel einigen etwas voreilig: sollte man sich als Vorstand eines zyklischen Unternehmens angesichts der Schwere der Wirtschaftskrise nicht erst einmal aufs nackte Überleben konzentrieren statt über langfristige strategische Ziele nachzudenken?

Aus heutiger Sicht kann ich Ihnen sagen, dass unser Ansatz richtig war: wir haben die Krise – die schlimmer gekommen ist als alle erwartet hatten – genutzt, um unsere Wettbewerbsposition weiter zu verbessern. Wir haben auch unsere damals angekündigten Kosteneinsparungsziele deutlich übertroffen. Wir haben also das „Überleben“, wenn Sie so wollen, mit höchster Dringlichkeit verfolgt, unsere strategischen Ziele jedoch darüber nicht aus den Augen verloren.

Heute sind wir gerüstet für die wirtschaftliche Erholung, die wir in zunehmenden Maß für die zweite Hälfte dieses Jahres erwarten; daher auch unser neuer Präsentationstitel „Vorbereitung auf den Aufschwung“.

In der kommenden Stunde werde ich Ihnen darlegen, dass meine vorsichtige Zuversicht im Juni 2009 gerechtfertigt war: das vergangene Jahr war eines der schwierigsten in der Firmengeschichte. Der Silberstreif am Horizont begann sich aber in der zweiten Jahreshälfte langsam abzuzeichnen. Und ich kann Ihnen sagen, dass sich die stetige Verbesserung unseres Geschäftsklimas auch 2010 fortsetzt.

Aber lassen Sie mich Ihnen zunächst einen kurzen Überblick darüber geben, was ich heute mit Ihnen besprechen möchte, meine Damen und Herren.

Gleich zu Anfang werde ich meine Behauptung, wir hätten die Krise genutzt, um uns besser zu positionieren, mit einigen Fakten untermauern. Danach möchte ich Ihnen einen Überblick über die wichtigsten operativen Leistungskennzahlen der Pfleiderer-Gruppe geben und in der Folge detaillierter auf die Umsatz- und Kostenentwicklung eingehen. Selbstverständlich dürfen unsere Kapitalflussrechnung und die Bilanz auch nicht fehlen. Letzteres mit einem besonderen Augenmerk auf die Passivseite, die aufgrund unserer Verhandlungen zur Finanzierung in der zweiten Jahreshälfte erheblichen Veränderungen unterworfen war.

Gegen Ende meiner Rede werde ich dann noch auf einige Finanzierungsentscheidungen eingehen, die wir im Laufe des Jahres 2009 und Anfang 2010 getroffen haben. Und natürlich werde ich auch betrachten, welche Auswirkungen die Krisen der letzten beiden Jahre auf unser Geschäftsmodell haben und einen Blick auf unsere Aktienkursentwicklung werfen, mit der wir sicherlich nicht zufrieden sein können. Eine Analyse der Unternehmenssegmente, ein Blick auf das erste Quartal sowie einige Bemerkungen zu unserer Strategie und zum restlichen Jahresverlauf sollen dann meine Ausführungen abschließen.

Nun aber erst einmal zu dem Umfeld, in dem wir uns letztes Jahr bewegt haben.

### **Krisenjahr 2009**

Mit Ausnahme Polens befanden sich 2009 alle Länder, in denen wir tätig sind, in einer tiefen Rezession. Diese fiel deutlich ausgeprägter aus, als dies Ende 2008 in den meisten Prognosen erwartet wurde. Die Holzwerkstoffbranche hat sich in allen diesen Regionen als deutlich zyklischer als die Gesamtwirtschaft erwiesen und schrumpfte um ein Vielfaches – insbesondere in Nordamerika und Russland. Dabei haben wir

in der Regel aufgrund unserer guten Positionierung sogar auf der Absatzseite weniger verloren als Wettbewerber und als die durchschnittlichen Marktrückgänge in vielen Segmenten. Rückläufigen Preise von 30% und mehr haben wir uns allerdings nicht entziehen können! Und wir haben im Verlauf 2009 vor allen in Westeuropa und Nordamerika deutliche, strukturelle und anhaltende Kapazitätsunterauslastungen festgestellt.

### **Wettbewerbsposition**

Diejenigen unter Ihnen, die bereits in der Vergangenheit bei unserer Hauptversammlung dabei waren, haben mich in den letzten Jahren vermehrt von strategischen Wettbewerbsvorteilen reden hören. Und auch heute ist dieser Begriff bereits gefallen. Pfeleiderer hat viel Zeit und Geld investiert, um Produktionstechnologien zu verbessern, Kosten zu senken und seinen Kunden dennoch höchste Qualität liefern zu können. Mittlerweile gehören wir zu den Technologieführern in unserer Industrie. Und nicht nur das: wir bieten immer mehr nichtstandardisierte, hochwertige Produkte in immer mehr Regionen dieser Welt an.

Die Früchte dieser vorausschauenden Investitionsstrategie ernten wir jetzt, meine Damen und Herren. Wir mussten schlicht weniger Kapazität stilllegen als andere und haben sie auf diese Weise überholt.

Während in Westeuropa im Jahr 2009 ca. 1,5 Mio. m<sup>3</sup> Produktionskapazität geschlossen wurde, konnte sich Pfeleiderer gemessen an installierter und produzierender Kapazität im Bereich Span- und Faserplatte international von Platz 3 auf Platz 2 vorarbeiten.

Allerdings sind auch wir nicht ganz ungeschoren davongekommen. In unserem kleinsten und am wenigsten effizienten Werk in Gschwend ruht die Produktion mit Hilfe von Kurzarbeit. Die Entscheidung, was mit diesem Werk passiert, hängt von der weiteren Marktentwicklung ab und soll im Laufe des Jahres getroffen werden.

An anderen Standorten geht es jedoch mit voller Kraft voran. Endlich, muss man sagen, denn das neue MDF-Werk in Moncure hätte eigentlich bereits im vierten Quartal 2009 die Produktion aufnehmen sollen. Dies ist aufgrund von Bauverzögerungen leider erst im Februar 2010 geschehen. Gerade rechtzeitig, denn wir sehen, dass der Markt für MDF/HDF in den USA anzieht.

Die Verzögerung bei der Verlagerung des Werks von LaBaie und beim Wiederaufbau in Moncure ist auch Anlass einer firmeninternen Untersuchung – und der Grund für die Verschiebung der Entlastung von Dr. Hopperdietzel, der im Berichtszeitraum aus dem Vorstand ausgeschieden ist. Sobald die Ergebnisse der Untersuchung vorliegen, werden wir weiter verfahren und die notwendigen Entscheidungen treffen.

Seit Mitte des Jahres 2009 haben wir uns mit der neuen Finanzierung der Pfeleiderer AG beschäftigt. Wie Sie sicher alle wissen, war dies notwendig geworden, nachdem wir eine wichtige Finanzkennziffer in unseren Kreditverträgen verletzt hatten. Geplant war, die Verhandlungen noch vor Ende des Jahres abzuschließen. Daraus ist dann doch der Januar 2010 geworden, auf die Details zum „Warum?“ möchte ich an dieser Stelle nicht tiefer eingehen. Das Paket ist aber nun verabschiedet und sichert unsere Finanzierung für vier Jahre bis Ende 2013.

Und damit nun zu unseren Leistungskennzahlen für das Jahr 2009.

### **Leistungskennzahlen – Jahresvergleich**

Die Zahlen, die ich Ihnen jetzt präsentiere, machen uns alles andere als stolz, lassen Sie mich das gleich vorausschicken. Es sind keine guten Zahlen. Für unsere weitere Entwicklung haben wir etwas bessere Nachrichten, wie ich Ihnen später zeigen werde, auch wenn das Jahr 2010 noch von vielen Unsicherheiten geprägt sein wird.

Der Umsatz der Pfeleiderer-Gruppe lag im Berichtsjahr bei knapp 1,4 Mrd. Euro und damit rund 20% niedriger als im Jahr 2008. Unsere Volumina haben aber viel weniger gelitten: 10% ist robuster als man angesichts der Schwere der Krise hätte befürchten können. Was uns zu schaffen gemacht hat, sind erstens der Preisverfall in allen unseren Märkten und zweitens der Verfall der osteuropäischen Währungen, in denen wir fakturieren, also beim Zloty und beim Rubel.

Wie Sie wissen, liegt ein hoher Fixkostenanteil in der Natur unseres Geschäfts. Diese Kosten fallen auch bei niedriger Auslastung an. Daher ist unser Ergebnis deutlich stärker gesunken als unser Umsatz – trotz des Erfolgs unserer Bemühungen, die Kostenbasis erneut zu reduzieren.

Unser EBITDA vor Restrukturierungskosten lag bei 118 Mio. Euro und damit um 47% unter dem Vorjahr. Nach Restrukturierungskosten von fast 18 Mio. Euro betrug unser EBITDA noch gute 100 Mio. Euro.

Entsprechend enttäuschend waren dann auch die nachfolgenden GuV-Zahlen: minus 16 Mio. Euro EBIT, wobei hier auch noch außerordentliche Abschreibungen enthalten sind, und ein Nettoergebnis pro Aktie von minus 1 Euro und 42 Cent. Dieses Ergebnis bedeutet leider auch, dass wir Ihnen heute keine Dividende für das Jahr 2009 vorschlagen können.

Lassen Sie mich diese Zahlen in einen Gesamtkontext setzen.

### **Leistungskennzahlen – Talsohle durchschritten**

Sie sehen hier, meine Damen und Herren, die Entwicklung pro Quartal seit Anfang 2008 dargestellt. Wie Sie oben links bei den Umsätzen sehen können, haben wir den stärksten Umsatzeinbruch bereits im vierten Quartal 2008 erlitten. Seitdem sind zunächst die sequentiellen Rückgänge geringer geworden; ab dem zweiten Quartal 2009 haben sie sich dann – auf niedrigem Niveau – stabilisiert.

Unter anderem aufgrund niedriger Rohstoffpreise haben wir im ersten Quartal 2009 noch eine respektable EBITDA-Marge von fast 15% erwirtschaften können. Unsere Profitabilität hat sich jedoch im Laufe des Jahres verschlechtert: der Ölpreis hat sich in der ersten Jahreshälfte von ca. 40 US-Dollar auf ca. 80 US-Dollar pro Barrel verdoppelt und blieb dann für den Rest des Jahres ungefähr auf diesem Niveau. Holzpreise waren in den ersten sechs Monaten des Jahres weitgehend konstant, zogen allerdings insbesondere im vierten Quartal stark an. Und auch bei Leim blieb die übliche Preiskorrelation zum Öl nicht aus: mit der normalen sechsmonatigen Verzögerung zum Ölpreis sanken die Leimpreise bis zur Jahresmitte und stiegen dann wieder deutlich an.

Gleichzeitig waren wir wegen der schwachen Marktnachfrage und der strukturellen Überkapazitäten nicht in der Lage, diesen Kostendruck über Preiserhöhungen an unsere Kunden weiterzugeben. Gestatten Sie mir an dieser Stelle einen kurzen Exkurs, der beileibe keine Entschuldigung für unser enttäuschendes Ergebnis sein soll.

Subventionen wie eine Abwrackprämie sind für den Empfänger eine schöne Sache, und die Autokäufer haben sich sicherlich über die Prämie gefreut. Für uns bedeutete das aber eine klare Wettbewerbsverzerrung, indem Kaufentscheidungen politisch gewollt in die Autoindustrie umgelenkt wurden. Für neue Küchen und Möbel stand damit weniger Geld zur Verfügung.

Das war und ist nicht die einzige Wettbewerbsverzerrung, mit der wir zu kämpfen haben. Bei unserem Rohstoff Holz konkurrieren wir mit der Pelletindustrie und Biomassekraftwerken. Auch diese haben politisch gewollt einen Wettbewerbsvorteil, denn der Gesetzgeber subventioniert diese Industrie mit vermeintlich ökologischen Zielsetzungen. Das verteuert unseren Rohstoff Holz immens, gerade auch in Deutschland.

Und damit bin ich auch wieder bei unseren Zahlen. Das Ergebnis der skizzierten ungünstigen Konstellation sehen Sie im EBITDA des vierten Quartals 2009: trotz weitgehend stabiler Umsätze hat es sich im Vergleich zu den Vorquartalen mehr als halbiert. Das ist nicht weiter überraschend wenn man weiß, dass die Rohstoffkosten bei uns mit 50-60% der Gesamtkosten zu Buche schlagen. Mehr dazu später.

Diese unerfreuliche Entwicklung zieht sich durch den Rest unserer GuV und wird durch Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 17,5 Mio. Euro sowie außerordentlichen Abschreibungen von 6,8 Mio. Euro für Gebäude und Maschinen weiter eingetrübt.

Insgesamt kommen wir auf einen Nettoverlust von 69,8 Mio. Euro für das Jahr 2009, oder 1 Euro 42 Cent pro Aktie.

### **Umsatzentwicklung – Bestimmungsfaktoren**

Folie 5 beleuchtet unsere Volumen- und Umsatzentwicklung aus der Produktperspektive.

Es wird deutlich, dass die Volumina vor allem bei den unveredelten Rohspanplatten und bei beschichteten Spanplatten gelitten haben. Die größten Einbrüche gab es in der ersten Jahreshälfte; seit Mitte des Jahres stellen wir eine leichte Erholung fest.

Bei den Laminatfußböden verzeichneten wir gleichbleibende Volumina im Vergleich zum Vorjahr, und unsere MDF/HDF-Platten konnten leicht zulegen.

Wenn man sich das Nachfrageverhalten der Endverbraucher unserer Produkte in Deutschland anschaut, überrascht dieser Verlauf nicht: der deutsche Möbelkonsum brach im Jahr 2009 um 11,5% ein. Küchenmöbel sanken um 9,2%, Wohnmöbel um über 11,0%, Büromöbel sogar um 15,6%.

Aber es gibt Anzeichen dafür, dass sich die Lage für uns wieder verbessert: laut *ifo* Institut haben sich die Geschäftserwartungen der Möbelindustrie in der zweiten Jahreshälfte 2009 aufgehellt und auch die Anzahl an Baugenehmigungen stieg wieder. Sie lagen im 1. Quartal 2010 ca. 10% höher als zum gleichen Zeitraum 2009. Entsprechend sind Stimmung und Erwartungen im Holzgewerbe insgesamt wieder freundlicher als noch vor einigen Monaten.

Auf der rechten Seite der Folie sehen Sie noch eine Umsatzbrücke, die aufzeigt, wie Mengen-, Preis- und Währungseffekte unseren Gruppenumsatz von knapp über 1,7 Milliarden Euro im Jahr 2008 auf knapp unter 1,4 Milliarden Euro im Jahr 2009 reduziert haben.

### **Umsatzentwicklung – Zusammensetzung**

An dieser Stelle darf ich Ihnen kurz die Zusammensetzung unserer Umsätze darstellen. Nach Regionen betrachtet, haben sich diese verschoben. Insbesondere Nordamerika hat seinen Anteil zu Lasten von Osteuropa gesteigert, das neben Marktschwächen zusätzlich unter dem Währungsverfall 2009 gelitten hat.

Kundenseitig spielt die Möbelindustrie und das Objektgeschäft weiterhin eine entscheidende Rolle. Baumärkte haben nicht zuletzt dank unserer Erfolge in Nordamerika an Bedeutung gewonnen.

Knapp dreiviertel unserer Umsätze erzielen wir mit veredelten Produkten, also mit beschichteten Span- und Faserplatten und mit Fußbodenlaminat. Diese Produktgruppen erzielen überdurchschnittliche Margen; wir wollen sie daher weiter ausbauen und den Umsatzanteil erhöhen.

Lassen Sie mich nun auf die Kostenseite wechseln, insbesondere zur Entwicklung unserer Materialkosten.

### **Margendruck**

Hier muss ich eine kurze Vorbemerkung machen.

Bei unserer Ergebnisberichterstattung vollführen wir immer einen heiklen Balanceakt: Als eines der wenigen börsennotierten Unternehmen in unsere Branche – der Holzwerkstoffindustrie – stehen wir einerseits in der Pflicht, unseren Investoren transparent und detailliert Informationen zur Verfügung zu stellen. Dieser Pflicht kommen wir gerne nach. Andererseits müssen wir kommerziell sensitive Daten schützen, um unsere Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten. Und auch hier handeln wir letztlich im Interesse unserer Aktionäre.

Ich glaube daher, dass wir Ihnen trotz der abstrahierten Darstellung auf der aktuellen Folie zeigen können, welchen Einfluss die ansteigenden Materialkosten auf unser Ergebnis ausgeübt haben.

Sie verdeutlicht, wie sich unsere Materialkosten über die letzten fünf Quartale im Verhältnis zum Umsatz erhöht haben: Im ersten Quartal 2009 lag der Anteil noch bei 51,3%. Er stieg dann im Laufe des Jahres an und betrug im vierten Quartal 2009 bereits 55,3%. Im ersten Quartal 2010 lagen unsere Materialkosten dann sogar bei 58,1%.

Für diesen deutlichen Anstieg gibt es zwei Erklärungen: erstens Holzpreise, die je nach Standort und Holzart um 10% bis 30% im Jahresvergleich gestiegen sind. Und zweitens Preise für chemische Produkte, die um über 10% höher lagen als im Vorjahr.

Insbesondere in der zweiten Jahreshälfte haben die stark gestiegenen Rohstoffpreise unsere Bruttomarge deutlich belastet.

## GuV

Da ich die wichtigsten Einflussfaktoren der GuV-Rechnung bereits erläutert habe, möchte ich hier nur noch auf wenige Punkte eingehen.

Zunächst Wechselkurseffekte. Wir fakturieren in den Fremdwährungen polnischer Zloty, kanadischer Dollar, US-Dollar, schwedische Krone und russischer Rubel. Alle Währungen verhielten sich unterjährig sehr unbeständig gegenüber dem Euro und sind bis auf den US-Dollar im Jahresdurchschnitt gefallen. Insbesondere der Zloty und der Rubel verloren im Schnitt über 20% ihres Wertes. Eine solche Entwicklung macht unser Leben nicht einfacher, auch wenn wir versuchen, Währungsrisiken zu minimieren.

Unser Fremdwährungsrisiko sichern wir soweit wie möglich durch sogenannte „natural hedges“ ab, also durch den lokalen Einkauf von Rohstoffen und Anlagen. Darüber hinaus bedienen wir uns finanzieller Kurssicherungsmaßnahmen, über die Sie im Anhang unseres Geschäftsberichtes Näheres nachlesen können.

Insgesamt ergaben sich dennoch negative Währungseffekte von über 60 Mio. Euro auf den Umsatz und von 7,4 Mio. Euro im EBITDA. Hier schlugen die im vergangenen Jahr äußerst schwachen osteuropäischen Währungen zu Buche.

Wie bereits eingangs angedeutet, haben wir unser ursprüngliches Kosteneinsparungsziel von 80 Mio. Euro übertroffen und insgesamt über 100 Mio. Euro erreicht. Leider war dies immer noch nicht genug, um negative Preis-, Währungs- und Volumeneffekte vollständig auszugleichen.

Als Reaktion auf die Marktentwicklung haben wir unsere Kapazitäten reduziert. Gschwend wurde mithilfe von Kurzarbeit komplett heruntergefahren, in anderen Werken konnten über den Abbau von Überstunden und über Kurzarbeitsmodelle Kapazitäten flexibel angepasst werden. Auch strukturell haben wir über den Abbau von Zeitarbeitern und Stammpersonal die Kapazitäten dem Marktbedarf angepasst.

Ich muss Ihnen in aller Klarheit sagen, dass diese strukturellen Anpassungen noch nicht zu Ende sind und wir noch schwierige Entscheidungen vor uns haben. Zwar können wir aktuell im Großen und Ganzen mit den wieder erreichten Auslastungen zufrieden sein. Ob aber tatsächlich entsprechende strukturelle Gleichgewichte zwischen Produktionsangebot und nachhaltigem Bedarf in unseren Märkten bestehen, werden die kommenden Sommermonate zeigen. Noch sind wir von einer befriedigenden Ertragslage ein ganzes Stück entfernt, unsere Preisniveaus liegen, bei höheren Materialkosten, im Schnitt noch 20% unter den Werten von 2007.

Zum Zinsergebnis möchte ich anmerken, dass wir zum einen vom allgemeinen niedrigen Zinsniveau profitiert haben. Fernerhin haben Währungseffekte einen leicht positiven Beitrag geleistet. Der starke Rückgang gegenüber dem Vorjahr beruht auf der Tatsache, dass 2008 durch Verluste aus Währungs- und Zinssicherungen belastet war.

Die 18 Mio. Euro, die Sie als zweitletzte kommentierte Position sehen, bezieht sich auf die Zinszahlung für unsere Hybridanleihe, die wir im Jahr 2009 ausgesetzt haben. Der hier vermerkte Zinsbetrag ist keine Auszahlung sondern läuft auf der Passivseite unserer Bilanz in den Verbindlichkeiten und sonstigen Schulden auf.

## Investitionen und Cashflow

Insgesamt haben wir 2009 nahezu 160 Mio. Euro investiert, was fast genau dem Niveau des Vorjahres entsprach und deutlich über unseren Abschreibungen lag. Ein großer Teil davon floss in unsere neuen Megasites in Russland und in den USA: knapp über 100 Mio. Euro nach Nordamerika, das meiste davon in unseren Umzug nach und Aufbau von Moncure in North Carolina.

Der zweitgrößte Posten war Osteuropa mit fast 38 Mio. Euro. Der Großteil der Investitionen in dieser Region entfiel auf den Aufbau des MDF-Werkes in Novgorod. Diesen haben wir bis auf weiteres gestoppt, denn hier wollen wir zunächst die weitere Marktentwicklung abwarten. Wir rechnen mit einem weiteren Investitionsbedarf von 50-60 Mio. Euro für die Fertigstellung dieses Werkes. In der zweiten Jahreshälfte 2010 werden wir die Investitionsrechnung für dieses Werk anhand der aktuellen Marktdaten neu durchführen und unsere Entscheidung zum Weiterbau an diesen Ergebnissen orientieren.

Viele von Ihnen werden sich erinnern, dass wir den Bauträger wegen Bauverzögerungen und Baufehler gerichtlich belangt haben. Mit diesem Bauträger haben wir im ersten Quartal 2010 einen außergerichtlichen Vergleich geschlossen.

Abgesehen von möglichen Optimierungsmaßnahmen in Moncure und dem Bauabschluss Novgorod werden wir uns dieses Jahr auf Instandhaltungs- und Rationalisierungsinvestitionen beschränken können, die nach unseren Prognosen ca. 80 Mio. Euro nicht überschreiten werden. Die intensive Investitionstätigkeit der vergangenen Jahre versetzt uns in die Lage, Wachstumsmöglichkeiten in vollem Umfang auf Basis der bestehenden neuen Anlagen auszunutzen zu können.

Noch ein kurzer Blick auf unseren operativen Cashflow zeigt, wie gut Pfeiderer in der Vergangenheit seine Geschäftstätigkeit in positive Kapitalflüsse umsetzen konnte. Zwar ist uns dies 2009 nicht gelungen und wir mussten einen kleinen negativen operativen Cashflow hinnehmen. Wir sind jedoch zuversichtlich, dass 2009 die Ausnahme bleiben wird.

### **Bilanz zum 31. Dezember 2009**

Die Bilanz auf Folie 10 ist, glaube ich, nur in einer Hinsicht erklärungsbedürftig.

Wie Sie alle wissen, haben wir uns am 11. Januar dieses Jahres mit unseren Kreditbanken auf die Fortführung unserer Finanzierung zu neuen Konditionen bis Ende 2013 geeinigt. Neuverhandlungen waren notwendig geworden, weil wir im zweiten Quartal 2009 eine in den alten Kreditverträgen festgelegte Finanzkennzahl verletzt hatten.

Hätten wir die Unterschriften unter den Kreditverträgen nur zwei Wochen vorher bekommen, so sähe die Passivseite unserer Bilanz zum Jahresende deutlich anders aus. Aufgrund der Verletzung der Finanzkennzahl im vergangenen Jahr wurden die betroffenen Finanzverbindlichkeiten formal fällig gestellt und bis zum Abschluss der neuen Kreditvereinbarung als kurzfristig ausgewiesen. Dies betraf Verbindlichkeiten in Höhe von 426 Mio. Euro. Unter anderem daraus, aber auch infolge einer stärkeren Inanspruchnahme von Kreditlinien, ergab sich ein Anstieg der kurzfristigen Schulden gegenüber dem Jahresschlussstand 2008 auf knapp über 1,1 Mrd. Euro.

### **Bilanz zum 31. März 2010**

Die auf kurzfristig gesetzten Finanzverbindlichkeiten sind mit dem Abschluss der Gespräche im Januar wieder in langfristige Verbindlichkeiten umgewandelt worden. Im Zuge dessen hat sich die Passivseite unserer Bilanz wieder ‚normalisiert‘, wenn man es so ausdrücken möchte.

Wir haben dieser Präsentation unsere Bilanz zum 31. März 2010 beigelegt, um Ihnen diesen Effekt zu zeigen. Die relevanten Zeilen sind hierin rot gekennzeichnet.

### **Wichtige Finanzkennzahlen**

Auf dieser Folie haben wir unsere wichtigsten Finanzierungskennzahlen und Kreditvereinbarungen noch einmal für Sie zusammengestellt.

Das neue Finanzierungspaket in Höhe von rund 800 Mio. Euro sieht die Fortführung des bisherigen syndizierten Kredits und des Schuldscheins vor, ergänzt um ein KfW-Darlehen in Höhe von 140 Mio. Euro. Damit haben wir unsere Finanzierung für die nächsten vier Jahre gesichert – allerdings zu höheren Kosten als zuvor. Die Zinsaufwendungen werden dieses Jahr um einen kleineren zweistelligen Millionenbetrag höher sein als 2009.

Gestatten Sie mir in diesem Zusammenhang eine Bemerkung, meine Damen und Herren: die Bundesbank hat im November 2009 in einer Sonderveröffentlichung berechnet, dass die durchschnittliche Eigenkapitalquote der deutschen Wirtschaft im Jahr 2007, also vor der Krise, 24,8% betrug. Da liegen wir mit unserer Eigenkapitalquote von 32% in der Krise immer noch recht gut im Rennen – trotz unserer Verschuldung!

Unabhängig von der Pfeiderer AG führte unsere Konzerntochter Pfeiderer Grajewo ebenfalls Gespräche mit den Banken. Verhandlungsgegenstand waren hierbei umgerechnet rund 300 Mio. Euro. Im März konnte

Pfleiderer Grajewo den Vertragschluss bekannt geben, der das Finanzierungspaket ebenfalls bis Ende 2013 sichert.

Die Reduzierung unserer Verschuldung wird in den nächsten Jahren eines unserer wichtigsten Ziele sein. Mit dem Verkauf von eigenen Anteilen im Januar 2010 und der kurz danach erfolgten Kapitalerhöhung um 10% haben wir die ersten Hürden in Richtung dieses Ziels bereits genommen.

Ziel der Schuldenreduzierung ist es, die Gesamtverschuldung um 350 Mio. Euro zurückzuführen. Dies soll aus freiem operativen Cashflow wie auch durch Verkäufe von nicht unbedingt notwendigen Aktivitäten erfolgen, die uns zwischen 50 bis 100 Mio. Euro bringen sollen.

Der Form halber zeigt die folgende Folie die Finanzierungsmaßnahmen, die nach Ende der Berichtsperiode angefallen sind, also die Kreditvereinbarungen sowie die Details der Aktientransaktionen.

### **Finanzierungsmaßnahmen**

Am 19. Januar 2010 haben wir unseren Gesamtbestand von fast 2,65 Millionen eigenen Aktien im Markt platziert. Dies entsprach 4,96% unseres damaligen Grundkapitals. Mit der Platzierung haben wir ca. 18,5 Mio. Euro Erlöst, (das entspricht rund 7 Euro je Aktie).

Am 4. Februar 2010 haben wir dann eine Kapitalerhöhung von 10% des damaligen Grundkapitals durchgeführt und knapp über 5,3 Millionen Aktien platziert. Durch diese Transaktion haben wir 34,7 Mio. Euro eingenommen. Die Platzierung erfolgte an einem Tag, an dem der Markt um über 2% einbrach mit einem kleinen Kursaufschlag zu 6,50 Euro je Aktie. Die Aktien wurden innerhalb von zwei Stunden hauptsächlich bei Anlegern in London und Zürich platziert.

Eine weitere Finanzierungsentscheidung steht für dieses Jahr auch bereits fest: aufgrund der weiterhin schwierigen gesamtwirtschaftlichen Lage werden wir die Zinszahlung auf unsere Hybridanleihe, die im August fällig wird, aussetzen müssen. Dies ist schmerzhaft, erhält uns aber weitere 18,5 Mio. Euro an Barmitteln.

Durch diese Maßnahmen schützen wir die in diesen Zeiten so wichtige Liquidität: insgesamt haben wir uns damit knapp 72 Mio. Euro gesichert.

### **Segmentüberblick**

Meine Damen und Herren, ich möchte nun mit Ihnen einen Blick in unsere einzelnen Regionen mit den jeweiligen Business Centers werfen.

Die Tabelle von rechts nach links lesend können Sie feststellen, dass wir in Nordamerika im Umsatz weitgehend auf gleichem Niveau wie 2008 geblieben sind, und das, obwohl der nordamerikanische Markt als Ganzes deutlich schrumpfte.

Insgesamt haben wir damit das Geschäft stabilisiert und nach einem deutlich negativen nun ein kleines positives Betriebsergebnis erwirtschaftet – trotz zusätzlicher Belastungen durch Restrukturierungskosten und außerordentliche Abschreibungen in Höhe von über 3 Mio. Euro.

Anderswo haben wir leider weniger Positives zu berichten. In Osteuropa verbuchten wir gegenüber dem Vorjahr den höchsten Umsatzrückgang aller Regionen. Davon entfielen auf die bereits diskutierten Wechselkurseffekte alleine 60,4 Mio. Euro bzw. 14,4 Prozentpunkte; der Rest resultierte größtenteils aus dem Verfall der Produktpreise. Die Volumina in Polen hielten sich vergleichsweise gut.

In Westeuropa mussten wir deutliche Volumen- und Preisrückschläge hinnehmen, die zu ungefähr gleichen Teilen einen Umsatzeinbruch von fast 22% auslösten.

Bereits seit Mitte letzten Jahres sehen wir hier aber wieder erfreuliche Signale, sowohl was die Mengen, als auch was Preise betrifft.

## Leistungskennzahlen Q1

Meine Damen und Herren, nachdem wir nun ausführlich über das Jahr 2009 gesprochen haben, nun noch ein paar Worte zum ersten Quartal 2010.

Mit 356 Mio. Euro lag unser Umsatz im ersten Quartal 2010 wieder auf dem Niveau des Vergleichs quartals 2009, und damit höher als die anderen drei Quartale des vergangenen Jahres.

Die Mengenstabilisierung, die wir bereits seit Mitte 2009 beobachten konnten, hat sich weiter fortgesetzt; ja sie hat sogar an Dynamik und Breite gewonnen: erstmals konnten wir wieder höhere Mengen absetzen als in einem Vergleichs quartal 2009, und erstmals sehen wir wieder Zuwächse in allen unseren Segmenten. Auch die Dauer dieser Erholung signalisiert, dass es sich hier nicht nur um ein Auffüllen der Läger handelt, sondern um eine Normalisierung der Situation in unserer Industrie vor dem Hintergrund einer Erholung der gesamtwirtschaftlichen Lage.

Darüber hinaus haben uns aber auch Währungseffekte geholfen. Sowohl der polnische Zloty als auch der kanadische Dollar haben dem Euro gegenüber im ersten Quartal 2010 an Wert zugelegt.

Leider hinkt die Entwicklung unserer Produktpreise immer noch etwas hinterher, obwohl man sagen muss, dass hier Januar und Februar den Preisdurchschnitt des Quartals gesenkt haben. Denn im März konnten wir Erhöhungen um ca. 15% gegenüber dem Jahresende 2009 durchsetzen, ein Trend, der sich im zweiten Quartal weiter fortgesetzt hat.

Bedauerlicherweise konnten wir die insgesamt positive Umsatzentwicklung nicht in Erträge umsetzen. Dies lag neben einem immer noch vergleichsweise niedrigen durchschnittlichen Preisniveau vor allem an stark angestiegenen Materialkosten, auf die ich bereits eingegangen bin und die wir nur zum Teil durch höhere Absatzpreise kompensieren konnten.

Auch der harte Winter hat sein Übriges getan: einerseits pausierte die Bautätigkeit in Europa für Wochen, was die Sägewerksaktivität stark reduzierte. Andererseits waren Holzeinschlag und -einschnitt beeinträchtigt. Aufgrund des langen und harten Winters war auch eine stärkere Nachfrage vonseiten der Pelletindustrie für private Heizanlagen zu verzeichnen. Dass alles führte zu deutlich erhöhten Holzpreisen, teilweise um bis zu 30%.

Gleichzeitig hat dieser Winter dazu geführt, dass wir Produktivitätsverluste hinnehmen mussten. Denn kalte Witterung bedeutet, dass wir mehr Energie für die Trocknung des von uns benötigten Holzmaterials einsetzen müssen.

In der Summe haben wir daher nur ein unbefriedigendes EBITDA von 22 Mio. Euro und ein negatives EBIT von minus 6 Mio. Euro erwirtschaften können. Dies entspricht einem Verlust pro Aktie von 35 Eurocent.

## Absatzentwicklung Q1

Wie bereits erwähnt, konnten wir im ersten Quartal 2010 einen weiteren Volumenzuwachs von 2% verzeichnen, diesmal in allen Segmenten. Lassen Sie mich hier kurz darstellen, wie unsere einzelnen Produktgruppen zu diesem Zuwachs beigetragen haben.

Im Bereich der Roh-Spanplatten konnten wir im Quartalsvergleich um 5,7% zulegen, bei den Roh-Faserplatten um 5,5%. Am besten haben sich beim Volumen unsere beschichteten Platten entwickelt. Hier erzielten wir eine Steigerung von 8,2%. Einziger Wermutstropfen ist die Entwicklung beim Laminat, wo ein Rückgang von 14,7% verzeichnet wurde. Dieser ist neben einem ungünstigeren Produktmix und Preisverfall auf eine Auftragsverschiebung zurückzuführen. Wir rechnen deshalb im Verlauf des Jahres mit einer Verbesserung der Volumensituation, die wir auch schon mit Beginn des 2. Quartals in Nordamerika sehen.

Bei der Volumenentwicklung nach Regionen muss ein Aspekt hervorgehoben werden: Unser Ziel ist es, einen möglichst hohen Prozentsatz unserer Produkte als sogenannte Mehrwert-Produkte zu verkaufen, das heißt als beschichtete Span- und Faserplatten. Denn hier sind deutlich höhere Margen zu erzielen. Wenn Sie sich die rechte Grafik der aktuellen Folie anschauen, erkennen Sie, dass wir gerade in dieser Produktgruppe in allen Regionen eine Volumensteigerung erreichen konnten. Eine erfreuliche Entwicklung.

Auf der nächsten Folie möchte ich Ihnen nun gerne ein Beispiel für die Entwicklung unserer Produktpreise zeigen. Es handelt sich hierbei um deutsche Rohspanplattenpreise.

## Preise für Rohspanplatten in Deutschland

Sie sehen hier, wie diese Preise Mitte des Jahres 2007 ihren Höhepunkt erreichten und dann bis Mitte 2009 um ca. 30% fielen. Erfreulich ist, dass sich dieser negative Trend seitdem umgekehrt hat. Bis Ende des ersten Quartals 2010 haben sich die Rohspanplattenpreise in Deutschland wieder erholt, ein Trend, der sich – das sagen uns zumindest unsere aktuellen Zahlen – im zweiten Quartal fortsetzt.

Die Darstellung des Statistischen Bundesamtes gibt nur gemittelte Werte wieder. In der Realität sieht das dann ausdifferenziert nach einzelnen Produktklassen und unterschiedlichen Kunden durchaus etwas anders aus. Trotzdem denke ich, dass die Grafik recht anschaulich den allgemeinen Preistrend darstellt, der ähnlich auch für andere Regionen gilt.

Die steigenden Preise sind zum einen einer verbesserten Nachfragesituation zu danken: unsere Kunden bestellen wieder mit größerer Zuversicht. Wir können daher unsere Auftragslage heute wieder auf einen Zeitraum von ca. zwei Monate abschätzen.

Zum anderen erleben wir aber nach den Kapazitätsanpassungen der Branche über die vergangenen 18 Monate auch eine konzentriertere Angebotssituation. Wir gehen davon aus, dass diese Kapazitätsanpassungen noch nicht abgeschlossen sind und sich die Industrie weiter konsolidieren wird.

Damit schließe ich meine Ausführungen zu den Leistungskennzahlen der Pfeleiderer AG im Jahr 2009 und im ersten Quartal 2010. Bevor ich meinen Vortrag mit einigen strategischen Betrachtungen beende, möchte ich mit Ihnen noch einen kurzen Blick auf die Entwicklung unseres Aktienpreises über diesen Zeitraum werfen.

## Aktienkurs

Wie Sie sehen, hat sich der Abwärtstrend, der im 4. Quartal 2008 noch weitgehend im Einklang mit dem Rest des Marktes und unserem Sektor stand, im 1. Quartal 2009 verstärkt. Die Pfeleiderer-Aktie hat in dieser Phase gegen Markt und Sektor erheblich an Boden verloren. Der Aktienmarkt ist hier übrigens durch den MDAX und SDAX repräsentiert.

Den Jahrestiefstkurs erreichte die Aktie Anfang März 2009 mit 2 Euro 44 Cent. Unsere Absatzmärkte waren im Laufe des Jahres 2008 durch die weltweite Finanzkrise immer schwieriger geworden und wir konnten Anfang 2009 kaum absehen, was selbst die kommenden Wochen bringen würden. Insoweit ist die Schwäche unserer Aktie – glaube ich – zwar sehr enttäuschend, aber vor dem Hintergrund der damals herrschenden Angst vor einem Kollaps Osteuropas durchaus erklärbar.

Die Aufwärtsbewegung kam recht zügig und in dem Maße, in dem Investoren mit wachsender Zuversicht eine wirtschaftliche Erholung erwarteten. Wenn Sie sich das 2. und 3. Quartal 2009 isoliert anschauen, dann sehen Sie, dass die Pfeleiderer-Aktie sowohl den Markt als auch den europäischen Industriesektor deutlich überholte: Während letzterer in dieser Zeit um ca. 60% zulegte, hat sich unser Wert auf einen Höchstkurs von 8 Euro 50 Cent am 22. September mehr als verdreifacht.

Leider überschatteten unsere langwierigen Neufinanzierungsverhandlungen das 4. Quartal. Auch das freundlichere operative Umfeld konnte dies nicht ausgleichen. Entsprechend verlor unsere Aktie wieder an Wert, während der Rest des Marktes in eine Seitwärtsbewegung überging. Insgesamt beendete die Pfeleiderer-Aktie das Jahr bei 6 Euro 14 Cent, und damit ca. 8,5% niedriger als sie es begonnen hatte. Seit Jahresanfang 2010 hat sich die Aktie aufgrund der Verschuldung der Firma und der noch nicht vollständig abgeschlossenen Marktkonsolidierung schwächer entwickelt als der Markt. Für eine nachhaltige Trendwende müssen wir beweisen, dass die Markterholung von Dauer ist und wir dies in bessere Ergebnisse umsetzen können. Dass wir dies schaffen werden, davon sind die meisten Analysten überzeugt und haben unsere Aktie auch überwiegend mit einer Kaufbewertung versehen.

Diese eben dargestellte Underperformance unserer Aktie hatte zur Folge, dass wir die Kriterien für einen Verbleib im MDAX nicht mehr erfüllen. Seit zwei Tagen notieren wir nun im SDAX. Es ist unser erklärtes Ziel, durch gute Ergebnisse und die Wiederaufnahme der Dividendenzahlung wieder in den MDAX aufzusteigen – so, wie uns das in der Vergangenheit schon gelungen ist.

## Produkte

Nun meine Damen und Herren, nach den nackten Zahlen etwas zum Anfassen aus der täglichen Praxis der Pfeleiderer-Teams!

Vor einem Jahr habe ich Ihnen Einiges über die von uns erlangten Design- und Konstruktionspreise erzählt. Für 2009 könnte ich das wieder tun, und die Liste der Preise wäre sogar noch länger als 2008: wir haben im vergangenen Jahr so viele Preise gewonnen wie nie zuvor.

Stattdessen möchte ich Ihnen aber einige der Projekte vorstellen, an denen wir übers vergangene Jahr gearbeitet haben.

So wurden für die Ausstattung des Hauptrestaurants des größten Kreuzfahrtschiffes der Welt, der ‚Oasis of the Seas‘, Produkte von Pfeleiderer ausgewählt. Die Wahl fiel auf uns, weil wir in der Lage waren, die qualitativ äußerst hochwertigen Reproduktionen exotischer Hölzer herzustellen, die die Innenarchitekten des Restaurants für ihr Art déco-Design verlangten.

Darüber hinaus wurde im April 2009 in Palma de Mallorca der Luxusliner AIDAuna getauft. Das Kreuzfahrtschiff ist bereits das dritte in einer Flotte von sechs, dessen fast 1500 Kabinen mit Produkten der Pfeleiderer-Töchter wodego und Duropal eingerichtet sind.

Eine noch weiter reichende Kooperation von Pfeleiderer-Unternehmen konnten wir im Mai 2009 bekanntgeben. Hier haben drei unserer Töchter – Duropal, wodego und Pergo – Verarbeiter beliefert, die VW Autohäuser weltweit neu ausstatten. Von Duropal kam dabei ein neuer, strapazierfähiger und voll durchgefärbter Hochdruckschichtstoff, passend zu den Dekorplatten, die wodego lieferte. Pergo ergänzte das Paket mit edlen Fußbodenbelägen.

Ein ähnlicher Hochdruckschichtstoff, diesmal mit einem 3D Effekt, wird auch bald die Flagship Stores der ESPRIT Ladenkette zieren. In Hongkong und Sydney wurden diese Platten bereits eingebaut, in Europa sollen weitere Shops folgen.

Schließlich können wir etwa mit LIVINGBoard Platten liefern, die unter vielfältigsten Gesichtspunkten nachhaltig sind – vom Rohstoff über die Transportwege bis hin zum Raumklima. Deshalb werden die neuen Häuser, die Bien-Zenker für IKEA baut, auch mit unseren Platten errichtet, deshalb wurde die Sanierung von zwei Hochhaustürmen einer renommierten deutschen Bank mit unseren Produkten umgesetzt.

Wie Sie sehen, machen wir also nicht nur Commodity-Produkte, sondern wir stellen – immer mehr, darf ich sagen – hoch spezialisierte, qualitativ äußerst hochwertige und komplexe Produkte her. Diese Produkte sind in vielen Fällen konkurrenzlos und erlauben uns daher, vernünftige Preise zu erzielen und Margen zu generieren.

## Konsequenzen der Finanzmarktkrise

Nun komme ich zum letzten Teil meiner Ausführungen und der Frage, welche Lektionen wir aus Finanzmarktkrise und Rezession gelernt haben und wie sich diese auf unseren Ausblick und unsere zukünftige Strategie auswirken.

Die wichtigste Erkenntnis ist, einmal wieder, dass man sich als Vorstand auf Prognosen nicht zu sehr verlassen darf. Volkswirte haben die Finanzkrise bis auf ganz wenige nicht vorausgesehen. Und ich habe nicht den Eindruck, dass heute eine einheitliche Meinung besteht, wie wir aus der resultierenden Schuldenkrise wieder herauskommen und sich die Volkswirtschaften entwickeln. Ebenso wenig haben Analysten und sonstige Marktbeobachter rechtzeitig vor den Auswirkungen auf Kapitalausstattung und operatives Geschäft von Industrieunternehmen gewarnt. Entsprechend spät haben fast alle Firmen reagiert, und ich nehme uns als Vorstand der Pfeleiderer AG ganz bewusst nicht aus. Daher ist für uns und unser wirtschaftliches Handeln Vorsicht und Risikovermeidung oberstes Gebot.

Die Schuldenkrise hat den Zugang zu Kapital für Unternehmen erschwert. Dies gilt für alle Unternehmen, und es gilt für alle Arten von Kapital. Ganz besonders hart trifft dies Unternehmen, deren Geschäftsmodell auf vergleichsweise hohen Finanzverbindlichkeiten basiert. Und dazu gehört die Pfeleiderer AG aufgrund ihrer Kostenstruktur, der Wettbewerbssituation in ihrer Branche und des daraus resultierenden Margenpotentials. Auch diese Lektion haben wir im Rahmen der äußerst harten Finanzierungsverhandlungen letztes Jahr lernen müssen. Zentrales Element unserer zukünftigen Strategie ist daher die Liquiditätsbewahrung sowie eine signifikante Schuldenreduzierung.

Dass Technologieführerschaft und eine effiziente Kostenstruktur in einer äußerst wettbewerbsintensiven Industrie unbedingte Erfolgsvoraussetzungen sind, wussten wir auch schon vor der Krise. An beiden Stellschrauben arbeiten wir bereits seit Jahren mit hoher Intensität und großem Erfolg. Diese Lektion ist für uns eine ermutigende Erfahrung, denn wir haben unsere Wettbewerbsposition durch die Krise gerade aufgrund unseres Technologievorsprungs und unserer Kostenführerschaft verbessert. Hier haben wir, wie ich finde, unsere Beförderung zur Nummer 2 in der Welt wohl verdient.

Auch die letzte Lektion ist für uns nichts Neues: unsere Branche braucht eine weitere Konsolidierung, um wieder auskömmliche Margen erwirtschaften zu können. Fortschritte wurden gemacht, aber es ist immer noch nicht genug geschehen. Wir haben in der Vergangenheit eine konstruktive Rolle gespielt und wir wollen dies auch in Zukunft tun.

## Strategie

Und damit zu unserer Strategie und dem Ausblick für das Jahr 2010.

In vielen Bereichen hat die Wirtschaftskrise an unseren langfristigen strategischen Zielen nichts geändert. Wir wollen uns durch Marktposition, Kostenführerschaft und Technologievorsprung von unserer Konkurrenz abheben und zur Konsolidierung unserer Industrie beitragen. Ebenso wollen wir für unsere Aktionäre langfristig Mehrwert generieren und für unsere Mitarbeiter ein attraktiver Arbeitgeber bleiben.

Natürlich haben wir unseren taktischen Fokus der schwierigen Marktsituation angepasst. So legen wir schon seit der zweiten Jahreshälfte 2008 besonderen Wert auf Kostenkontrolle, Cash Management und auf die Stärkung unserer Bilanz.

In diesem Lichte sind die bereits beschriebenen Kapitalmaßnahmen zu sehen, die wir im Januar und Februar 2010 getroffen haben. Zusammen mit der von uns erwarteten Verbesserung unserer Profitabilität in der zweiten Jahreshälfte sollte uns dieser Betrag helfen, unsere Schulden mittelfristig erheblich zu reduzieren.

Bis dahin wollen wir weiter Kosten reduzieren. Das besondere Augenmerk des Vorstandes liegt hierbei im Fixkostenbereich.

Wie bereits diskutiert, sind für eine Rückkehr zu soliden Margen die Konsolidierung unserer Industrie und die damit einhergehende notwendige Kapazitätsbereinigung mindestens ebenso wichtig. In der Folge gehören dazu natürlich auch höhere Verkaufspreise, um die bereits beschriebenen gestiegenen Rohstoffpreise ausgleichen zu können.

Eine weitere Möglichkeit der Margenverbesserung ist, den Umsatzmix in Richtung höhermargiger Produkte zu verschieben. Genau deshalb haben wir unsere Vertriebsaktivitäten im Bereich Laminatfußböden intensiviert. Dies soll auch im kommenden Jahr so bleiben.

Ein noch stärkeres Augenmerk werden wir sicherlich auf das Thema „grüne“ Produkte und Nachhaltigkeit legen. Weit über die gesetzlichen Vorgaben hinaus sind bereits jetzt alle unsere deutschen Werke und zum Teil auch im Ausland nach der Umweltmanagementnorm ISO 14001 zertifiziert. Fast alle unsere (22 von unseren holzverarbeitenden 26) Werke haben erfolgreich Zertifizierungsprozesse für die weltweit bedeutenden und wichtigsten Gütesiegeln FSC und PEFC für nachhaltige Forst- und Holzwirtschaft durchlaufen. Zudem decken wir mit unseren Produkten alle gängigen Umwelt-Siegel ab, unter anderem den „Blauen Engel“ oder den „Nordic Swan“.

Darüber hinaus sind wir einer der wenigen Holzwerkstoff-Hersteller, der auf dem nordamerikanischen und westeuropäischen Markt Green-Building-Verfahren unterstützt. Indem wir umweltrelevante Informationen zu unseren Produkten zur Verfügung stellen, ermöglichen wir es Immobilienentwicklern und Bauunternehmungen, bei einer LEED-Zertifizierung („Leadership in Energy and Environmental Design“ vom US Green Building Council) mit unseren Produkten die höchst mögliche Punktzahl zu erreichen.

Meine Damen und Herren, momentan – gestatten Sie mir diesen Exkurs – scheint es nicht nur in Deutschland en vogue zu sein, den Begriff Nachhaltigkeit im Munde zu führen. Jedes Unternehmen, jede Kommune und auch viele Privatpersonen fühlen sich diesem Verhaltenskodex verpflichtet. Also mit dem eigenen Handeln dafür zu sorgen, dass sorgfältig mit Ressourcen umgegangen wird, dass die Erde den zukünftigen Generationen in einem anständigen Zustand übergeben wird, oder dass die wirtschaftliche Basis erhalten bleibt – um nur ein paar wenige Definitionen des Begriffs zu liefern, die hierfür zur Verfügung stehen. Viel Experten sprechen deshalb auch schon von einem „Gummibegriff“.

Für uns – und das darf ich an dieser Stelle ausdrücklich betonen – ist Nachhaltigkeit mehr als nur eine Modeerscheinung. Unser Werkstoff Holz ist eine nachwachsende Ressource.

Für unser unternehmerisches Handeln heißt das, dass wir unseren Rohstoff Holz nur aus nachhaltig bewirtschafteten staatlichen, kommunalen oder privaten Forsten beziehen. Unsere Definition von Nachhaltigkeit ist dabei ziemlich einfach und klar: Nachhaltige Forstwirtschaft heißt vor allem, dass nur das aus dem Wald genommen wird, was nachwächst. So einfach ist das. Und bei der Beurteilung dieses Sachverhalts greifen wir auf die bereits erwähnten, international anerkannten Zertifizierungen zurück.

Bei unserem Rohstoff Holz hört Nachhaltigkeit aber für uns noch lange nicht auf. Überall dort, wo das möglich ist, schließen wir Stoffkreisläufe, gehen sparsam mit unseren anderen Rohstoffen um. Wir tragen den Begriff „Nachhaltigkeit“ nicht als Monstranz vor uns her, wir leben ihn. Warum? Weil weniger Rohstoffeinsatz unsere Kosten senkt, weil ein reduzierter Stromverbrauch Investitionsspielräume eröffnet – kurz: weil die ökologischen Anforderungen auch aus ökonomischen Ansprüchen abgeleitet werden. Ja, wir wollen Kostenführer sein, und wir wollen Technologieführer sein. Nicht aus Selbstzweck, sondern um die Wettbewerbsfähigkeit von Pfeleiderer zu erhalten und weiter auszubauen. Und auch das ist dann wohl ein Nachhaltigkeitsgedanke – vor ein paar Jahren hätte man das allerdings noch als Shareholder value-Gedanke bezeichnet.

Nun soll auch das Verbrennen von Frischholz nachhaltig sein. Wie bereits eingangs kurz skizziert, haben wir als einer der großen Holznachfrager damit ein Problem. Denn die Politik liebt einfache Lösungen, und es ist eine einfache Lösung, per Gesetz und Verordnung das Verbrennen des wertvollen Rohstoffs Holz als CO<sub>2</sub>-neutral über verminderte Mehrwertsteuersätze, über Zuschüsse und über Subventionen zu fördern. Politisch gewollt wird damit ein harter Wettbewerb um den begrenzten Rohstoff Holz heraufbeschworen. Und eine hohe Nachfrage, meine Damen und Herren, das wissen Sie, führt zu steigenden Preisen, die Sie unmittelbar bei uns in der GuV wiederfinden.

Dabei gibt es hierfür Lösungen! Wir sind selber und über unsere Verbände politisch aktiv und fordern die stoffliche **vor** der thermischen Nutzung. Es ist nachhaltiger, CO<sub>2</sub> durch die Verarbeitung von Holz zu einem Produkt langfristig zu binden, als das im Holz gespeicherte CO<sub>2</sub> durch Verbrennung sofort wieder freizusetzen. Es spricht nichts gegen die Verbrennung von Holz – aber erst am Ende des Lebenszyklus. Zur Deckung der Nachfrage empfehlen wir darüber hinaus die Einrichtung von sogenannten Schnellumtriebsplantagen für Energieholz. Auch das lässt sich – wenn es politisch gewollt ist – schnell und problemlos umsetzen.

Ich hege die Hoffnung, dass die politisch Verantwortlichen zur Erkenntnis gelangen, dass das Verbrennen von Holz nicht die vermeintlich beste Lösung für unseren Energiebedarf ist. Warum? Weil die Politik auch bei Biodiesel eingesehen hat, dass diese Förderung tatsächlich eben nicht Ziel führend ist. Und ich hege auch die Hoffnung, dass die Einsicht in unserem konkreten Fall nicht so lange dauern wird wie beim Biodiesel.

Trotzdem sind wir natürlich auf diesen Wettbewerb eingestellt. Schon in der Vergangenheit waren wir in der Lage – bei entsprechend höheren Preisen für unsere Platten – mehr für den Rohstoff Holz zu zahlen. Selbstverständlich legen wir aber mit Blick auf diese Entwicklung nicht unserer Hände in den Schoß.

So sind innerhalb des Pfeleiderer-Konzerns einige Unternehmen erfolgreich in der Vermarktung von alternativen Trägerwerkstoffen. Hierbei steht vor allem der Leichtbau im Fokus. Schon heute können wir Kunden Wabenstrukturen aus Papier, Aluminium oder Kunststoff als Platten anbieten. Diese haben in der Verarbeitung allerdings zum Beispiel den Nachteil, dass andere Verbindungsbeschläge eingesetzt werden müssen. Eine normale Schraube hält eben nicht ohne weiteres in einer derartigen Struktur.

Deswegen liegt der Schwerpunkt unserer Entwicklungen auch auf einem anderen Gebiet – auf dem Ersatz von Holz durch andere nachwachsende Rohstoffe. Hier treiben wir die Innovationen aus unserem Hause weiter voran. Beispiel Hanf-Schäben: ein Nebenprodukt, das bei der Verarbeitung dieser Pflanze gewonnen wird. Die Schäben sind deutlich leichter als Holzfasern, aber nicht weniger reißfest. Da es sich bei Hanf um einen einjährig nachwachsenden Rohstoff handelt, wird dieser Trägerwerkstoff höchsten Ansprüchen an die Nachhaltigkeit gerecht.

Neben Umwelt und Landwirtschaft profitieren nicht zuletzt die Kunden von dieser Innovation: Vor allem im Möbelbau beim Innenausbau von Caravans und Reisemobilen sowie im Schiffsbau macht sich derartig Platten bezahlt – eben überall dort, wo es auf besonders leichte Materialien ankommt. Wobei diese Platte sich im Gegensatz zu Wabenstrukturen ebenso leicht, d.h. mit denselben Werkzeugen und Beschlägen verarbeiten lässt wie jeder andere klassische Holzwerkstoff.

Ich darf Ihnen an dieser Stelle leider nicht zuviel verraten, weil wir einen sehr aufmerksamen Wettbewerb haben. Aber gehen Sie davon aus, dass Platten aus diesem Rohstoff nicht das Ende der Fahnenstange bei unseren Innovationen sein werden. Wir rechnen damit, schon im nächsten Jahr dem Markt eine weitere Innovation bei alternativen Trägerwerkstoffen präsentieren zu können – wieder auf Basis von nachwachsenden Rohstoffen. Unsere Versuche hierzu sind auf jeden Fall sehr Erfolg versprechend.

Innovationsführer wollen wir auch mit unseren Oberflächen sein. Denn Rohspanplatten erbringen schlechtere Margen als mit Direktbeschichtung oder HPL veredelte Produkte. Hier sind wir mit unserem Oberflächenspezialisten Duopal auf einem guten Weg. Denn dessen Entwicklungen erzielen nicht nur Auszeichnungen, sondern werden auch gut verkauft. Darüber hinaus bauen wir innerhalb des Pfeleiderer-Konzerns einen besonderen Bereich auf, der die Strömungen und Trends bei Oberflächen auf den jeweiligen Märkten besser und schneller aufnehmen soll – um diese dann besser und schneller in vermarktbar Produkte umzusetzen.

Uns ist es darüber hinaus gelungen, im Digitaldruck Qualitäten herzustellen, die ansonsten nur mit Tiefdrucktechnik möglich waren. Welche Vorteile bringt das? Nun, wir sind jetzt in der Lage Klein- und Kleinstauflagen von Oberflächen zu produzieren. Das birgt für unsere Kunden einen enormen Wettbewerbsvorteil, denn für deren Kreativität gibt es jetzt keine Grenze mehr. Und mittelfristig hilft es auch uns, die Lagerbestände deutlich zu reduzieren.

Sie sehen also, dass wir es bei Pfeleiderer zwar mit einem ziemlich ausgereiften Produkt zu tun haben. Aber echte Innovationen lassen sich doch immer wieder entwickeln und vermarkten. Hier werden wir zukünftig sicher noch aktiver werden.

## **Ausblick**

Meine Damen und Herren, bevor ich nun zur den letzten zwei Folien unserer Präsentation und zum Ausblick auf 2010 komme, erlauben Sie mir, zunächst ein paar Worte zu der kartellrechtlichen Untersuchung gegen Unternehmen der Holzwerkstoffindustrie zu sagen.

Sie erinnern sich vielleicht, dass Ermittler des deutschen Kartellamtes im März 2009 in unseren und den Büroräumen von Wettbewerbern Unterlagen beschlagnahmt haben. Wir haben dagegen für uns sofort Beschwerde eingelegt. Und Anfang April haben wir dann ein Anhörungsschreiben von den Kartellbehörden erhalten, über das wir auch informiert haben.

Wie auch letztes Jahr kennen wir den weiteren Zeitrahmen dieser Ermittlungen nicht. Und wie auch letztes Jahr können wir zum Inhalt dieser Ermittlungen aufgrund des laufenden Verfahrens leider keine Stellung nehmen. Ich bitte hier um Ihr Verständnis.

Nun aber zum Ausblick 2010. Wir erwarten vor dem Hintergrund eines sich leicht erholenden wirtschaftlichen Umfelds ein leichtes Wachstum unserer Umsätze im Vergleich zum Jahr 2009. Dies gilt für 2010, insbesondere aber für 2011. Die Profitabilität wird 2010 nach wie vor unbefriedigend sein und sich erst wieder 2011 erholen. Dafür werden unsere Investitionen dieses Jahr signifikant fallen und auch 2011 nicht erheblich steigen. Wir haben in dieser Hinsicht unsere Hausaufgaben gemacht und freuen uns darauf, unsere verbesserte Produktivität bald einer verbesserten Nachfragesituation entgegensetzen zu können.

Wo also soll die Umsatzerholung herkommen? Vor allem aus zwei Richtungen: erstens wollen wir auf der vergleichsweise wieder sehr soliden Volumennachfrage in Osteuropa aufbauen. Hier sollte uns das Wachstum in Polen und Russland einen Schub geben. Zweitens setzen wir große Hoffnungen auf unser neues Werk in Moncure sowie auf die Anzeichen auf sich erholende Neubauaktivitäten in Nordamerika.

In Westeuropa haben sich die Märkte bisher besser entwickelt, als wir es vor einem halben Jahr noch erwartet hatten. Hier ist das Nachfrageniveau zwar noch niedrig. Allerdings gibt es Signale im deutschen Hausbau, die auf eine weitere Erholung in der zweiten Jahreshälfte hindeuten.

## **Gut gerüstet**

Meine Damen und Herren, 2009 war aus meiner Sicht das schwierigste Jahr, das ich persönlich im Geschäft bei Pfeleiderer erlebt habe.

Aber je schwerer die Zeiten sind, desto wichtiger ist es, sich seiner Stärken zu besinnen und seine Ziele nicht aus den Augen zu verlieren.

Und Stärken haben wir: Wir sind technologisch an der Spitze; wir sind global vertreten und können daher unsere Kunden weltweit versorgen. Diese Attribute haben es uns ermöglicht, Marktanteile durch die Krisen hindurch zu gewinnen und unsere Wettbewerbsposition auszubauen.

Obwohl unsere Kostenstruktur im Branchenvergleich bereits vor der Krise hocheffizient war, konnten wir weiter Kosten senken und werden dies auch weiterhin tun. Dabei stellen wir auch viel Althergebrachtes und Bewährtes in Frage, um uns den zukünftigen Herausforderungen zu stellen.

Mit den Investitionen in unsere Megasites, die wir über die vergangenen Jahre getätigt haben, sind wir gut aufgestellt, um mit der wirtschaftlichen Erholung wieder zu wachsen. Und dies bei gleichzeitig deutlich reduzierter Investitionstätigkeit.

Vollholz wird in zunehmendem Maß durch Spanplatten ersetzt, erstens aus Preisgründen, zweitens aber auch aufgrund ihrer vielseitigeren Verarbeitungsmöglichkeiten und größeren Robustheit. Diesen Trend wollen wir nutzen, um zusätzliche Wachstumspotentiale zu eröffnen.

In dem Maß, in dem die begonnene Marktberreinigung weitergeht, Nachfrage sich auf weniger Anbieter konzentriert und wir alle wieder auskömmliche Preise verlangen können, werden diese Stärken wieder sichtbarer werden und uns zu Profitabilität und positiven freien Cashflows zurück verhelfen. Diejenigen von Ihnen, die uns schon lange begleiten, wissen, dass ein solcher Turnaround schnell gehen kann, sobald die Märkte wieder zu einer Normalität zurückfinden.

Aber der Weg dahin ist und bleibt nicht einfach, meine Damen und Herren. Die strukturellen Anpassungen, die wir weiterhin durchführen müssen, erfordern weiterhin den vollen Einsatz aller Mitarbeiter, vom Vorstand bis zum Auszubildenden, von unseren Kollegen in Canada bis zu jenen in Russland.

Umso mehr möchte ich mich auch an dieser Stelle bei der großen Anzahl unserer loyalen, hochqualifizierten und engagierten Mitarbeiter bedanken. Meine Vorstandskollegen und ich sind beeindruckt und dankbar für ihre Einsatzbereitschaft, ihr Durchhaltevermögen und ihre Anpassungsfähigkeit in dieser Krise. Diese Attribute haben entscheidend dazu beigetragen, dass wir besser abgeschnitten haben als viele unserer Wettbewerber. Unser Aufstieg zum zweitgrößten Anbieter weltweit zeigt dies.

Bedanken darf ich mich auch bei unserem scheidenden Aufsichtsratsvorsitzenden, Herrn Ernst-Herbert Pfeleiderer. Herr Pfeleiderer ist nicht nur von Geburt an eng mit diesem Unternehmen verbunden, er hat über die Jahre auf beispielhafte Weise demonstriert, wie die Gründerfamilie dieses Unternehmens auch noch nach vielen Generationen Einsatz zeigt und Verantwortung übernimmt.

Seit 40 Jahren im Unternehmen, seit 37 Jahren in leitender Tätigkeit, seit fast 20 Jahren Aufsichtsratsvorsitzender; das sind Eckdaten, die man in der Geschichte der deutschen Industrie nicht oft findet. Und während dieser ganzen Zeit hat er mit Kompetenz, Umsicht und Fachwissen, wo erforderlich auch mit der nötigen Härte, seinen Beitrag zum Erfolg der Pfeleiderer AG geleistet.

Er scheidet heute auf eigenen Wunsch im Rahmen seiner Lebensplanung aus dem Aufsichtsrat aus. Ich persönlich werde ihn vermissen und zolle ihm Respekt und Dank für seine jahrzehntelange Hingabe zur Pfeleiderer AG. Wir wünschen ihm für seine Zukunft alles Gute.

Damit möchte ich Ihnen auch im Namen des Vorstandes für Ihre Aufmerksamkeit bedanken.