



**Rede des Vorstandsvorsitzenden Wolfgang Werner**

**Ordentliche Hauptversammlung  
der Praktiker Bau- und Heimwerkmärkte Holding AG**

**Dienstag, 27. Juni 2006  
Saarbrücken, „Saarlandhalle“**

**Änderungen vorbehalten / Es gilt das gesprochene Wort**

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

im Namen des gesamten Vorstands heiÙe ich Sie herzlich willkommen zur ersten Hauptversammlung der Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte Holding AG nach dem Börsengang im November 2005. Wir freuen uns, dass Sie heute nach Saarbrücken gekommen sind und danken Ihnen für das große Interesse an unserem Unternehmen, das ja auch Ihr Unternehmen ist.

Sollten Sie von weither kommen, dann nutzen Sie doch auch die Gelegenheit, sich ein wenig mit den Schönheiten des Saarlandes vertraut zu machen. Oder besuchen Sie unseren hiesigen Baumarkt an der Mainzer Straße. Er gehört ganz sicherlich zu den Aushängeschildern unseres Unternehmens.

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

der Börsengang von Praktiker im letzten November war Höhepunkt und Krönung des Geschäftsjahres 2005. Er war der Beginn eines Prozesses der Loslösung unseres Unternehmens aus dem Konsolidierungskreis der Metro AG. Ein Prozess, der im April 2006 mit dem Verkauf der bis dahin bei der Metro AG noch verbliebenen Anteile sein Ende gefunden hat. Seitdem ist die Praktiker AG ein börsennotiertes Unternehmen ohne Großaktionär.

Lassen Sie mich in der nächsten halben Stunde den drei wichtigsten Fragen nachgehen, die Sie als Aktionäre interessieren. Was haben wir in 2005 erreicht? Wo stehen wir heute? Und wohin wollen wir?

### **1. Geschäftsjahr 2005 mit Erfolg abgeschlossen**

Über die wirtschaftlichen Ergebnisse des Jahres 2005 informiert Sie im Detail unser Geschäftsbericht. Sollten Sie diesen noch nicht erhalten haben, liegen heute einige Exemplare für Sie bereit.

Sicherlich haben Sie auch die Medienberichte über unsere Bilanzpressekonferenz am 4. April zur Kenntnis genommen. Ich möchte mich daher an dieser Stelle auf die wichtigsten Highlights beschränken, wenn ich das Jahr 2005 Revue passieren lasse.

Erstens: Der Konzernumsatz von Praktiker stieg im Geschäftsjahr 2005 im Vergleich zum Vorjahr um 3,4 % und übertraf erstmals die Drei-Milliarden-Euro Marke.

Zweitens: Auf dem hart umkämpften deutschen Markt gewann Praktiker erneut Marktanteile. Während 2005 die Umsätze des Einzelhandels mit Bau- und Heimwerkerbedarf nach Angaben des Statistischen Bundesamts um 1,7 % schrumpften, steigerten wir unseren Inlandsumsatz um 0,7 %. Dieser lag nunmehr bei 2,264 Mrd. Euro. Besonders hervorheben möchte ich, dass wir – ebenfalls gegen den Branchentrend – in einem sehr starken letzten Quartal in Deutschland flächenbereinigt sogar 3,7 % zulegen konnten.

Drittens: International sind wir abermals zweistellig gewachsen. Der Auslandsumsatz der Praktiker Gruppe stieg um mehr als 12 % auf 770 Mio. Euro. Das heißt: Erstmals wurde ein Viertel des Konzernumsatzes außerhalb Deutschlands erwirtschaftet. Insbesondere Rumänien, die Türkei und Bulgarien trugen zu diesem Wachstum maßgeblich bei. Flächenbereinigt, also ohne die 8 im Jahresverlauf neu eröffneten Filialen, lag das Plus bei knapp vier Prozent.

Viertens: Das EBITA stieg überproportional zum Umsatz um knapp 32 % auf rund 106 Mio. Euro. Im Ausland konnten wir den Ertrag um knapp 14 % auf 51,5 Mio. Euro steigern und damit das hohe Vorjahresniveau nochmals übertreffen. Die EBITA-Marge im internationalen Geschäft liegt, einschließlich der Servicegesellschaften, nun bei 6,7 %. Diese und andere Vergleichszahlen beruhen auf den Combined Financials, die das Praktiker-Geschäft nach dem Börsengang rückwirkend abbilden.

Im Inland wurde das EBITA um 54 % auf über 54 Mio. Euro gesteigert, die Marge verbesserte sich dabei von 1,6 auf 2,4 %.

Wie diese Zahlen belegen, tragen Inland und Ausland fast in gleichem Maße zum Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen bei. Insbesondere im Inland machen sich die Fortschritte bei den Kostensenkungen und unsere starke discount-orientierte Marktstellung deutlich bemerkbar.

Fünftens: Die finanzielle Situation ist sehr solide. Die flüssigen Mittel konnten von 33 Mio. Euro Ende 2004 auf 349 Mio. Euro Ende 2005 gesteigert werden. Nach Abzug der zinstragenden Verbindlichkeiten bleibt eine kurzfristige Liquidität von plus 205 Millionen Euro. Der Free Cash-Flow betrug mit rund 88 Mio. Euro etwa 21 Mio. mehr als im Vorjahr.

Das Geschäftsjahr 2005 ist also auf der ganzen Linie erfolgreich gewesen. Von diesem Erfolg sollen auch Sie profitieren. Daher schlagen wir Ihnen heute eine Dividende in Höhe von 45 Euro-Cent pro Aktie vor. Wir lösen damit ein, was wir potentiellen Anlegern vor unserem Börsengang in Aussicht

gestellt hatten: Eine Ausschüttungsquote, die 30 bis 40 % des Jahresüberschusses ausmacht. Gemessen am derzeit aktuellen Kursniveau ergibt sich daraus eine Dividendenrendite zwischen 2 und 3 %.

Dieser Erfolg ist kein Zufall. Er ist das Ergebnis eines jahrelangen, streckenweise schmerzhaften Lern- und Restrukturierungsprozesses. Er wäre auch nicht möglich gewesen, ohne die exzellente Anstrengung unserer gesamten Belegschaft und ohne den Einsatz eines Management-Teams, das ziel- und ergebnisorientiert an einem Strang gezogen hat. Ich darf sagen: Alle im Konzern haben mit Engagement, Herz und Verstand gemeinsam die Zahlen erarbeitet, die ich heute kommentieren darf. Und ich füge hinzu: Trotz unseres Börsenganges und der damit verbundenen massiven Zusatzbelastungen haben wir unsere originäre Aufgabe nie aus den Augen verloren: den geschäftlichen Erfolg sicher zu stellen und den Wert des Unternehmens kontinuierlich zu steigern.

Das ist gelungen. Darauf können wir stolz sein. Und dafür möchte ich der Belegschaft an dieser Stelle ausdrücklich den Dank des gesamten Vorstands aussprechen. Von dieser Basis aus können wir mit Zuversicht in die Zukunft schauen.

## **2. Aktienkurs reflektiert wirtschaftlichen Erfolg und positive Zukunftsaussichten**

Der Kurs der Praktiker Aktie reflektiert diese Zuversicht. Die Kapitalmärkte im In- und Ausland finden unser Geschäftsmodell schlüssig, sie vertrauen dem Management und sehen das starke Potenzial der Marke Praktiker. Deshalb sind unsere Kurszuwächse auch nachhaltig geblieben und waren kein Strohfeder, das kurz auflodert und schnell verlöscht.

Lassen Sie uns die wichtigsten Etappen unseres Börsendaseins noch einmal Revue passieren. Am 22. November 2005 wurden 34,5 Mio. Aktien, also 59,5 % des gesamten Kapitals, an der Deutschen Börse platziert. Zum Ausgabepreis von 14,50 Euro war der Titel mehr als dreifach überzeichnet. Bereits Ende Januar 2006 wurde die 20-Euro-Grenze geknackt. Seitdem liegen wir ziemlich stabil oberhalb dieser Schwelle, auch wenn unser Kurs von den jüngsten klimatischen Turbulenzen am Aktienmarkt nicht unberührt blieb.

Am 20. März – rund 100 Tage nach dem Börsengang – stieg Praktiker nach einem kurzen Gastspiel im SDAX in den MDAX auf. Damit gehört **I h r** Unternehmen zum Kreis der 50 wichtigsten Mid-Cap-Werte auf dem deutschen Kapitalmarkt. Schließlich trennte sich am 11. April unsere frühere „Mutter“, die METRO AG, von ihrer verbliebenen Beteiligung in Höhe von 40,5 %. Auch diese zweite Platzierung war – trotz höheren Kursniveaus – sofort mehrfach überzeichnet. Dies war wieder ein gutes Zeichen – und ein hervorragendes Fundament für die Fortsetzung unseres profitablen Wachstumskurses.

## **3. Strategie auf Wachstum ausgerichtet**

### **3.1 Starkes Wachstumspotential in Osteuropa wahrnehmen**

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

gute wirtschaftliche Ergebnisse sind eine wichtige Basis für eine positive Entwicklung der Aktie. Getrieben werden Aktienkurse aber maßgeblich von der Erwartung einer positiven Zukunft, nicht von der Rückschau in die Vergangenheit.

Wo also liegen unsere Potentiale, wo die Wachstums- und Ertragschancen, die eine Anlage in Praktiker Aktien auch in Zukunft interessant machen?

Praktiker ist, wie Sie wissen, unter den Betreibern von Bau- und Heimwerkermärkten in Deutschland die Nummer zwei, in Europa auf Rang vier. Praktiker hat also die notwendige Power, den Markt in jeder Hinsicht mit zu gestalten.

Praktiker hat sich seit Ende der 90er Jahre erfolgreich restrukturiert und strategisch neu positioniert. Die Nachhaltigkeit des Turnarounds hat sich im letzten Geschäftsjahr signifikant bestätigt. Das Unternehmen ist profitabel und finanziell solide. Wir haben die finanziellen Mittel, um weiter zu wachsen.

Damit das so bleibt, bitten Sie Vorstand und Aufsichtsrat später unter TOP 8 um einen gewissen Vorschuss an Vertrauen. Es geht um eine Ermächtigung zur Ausgabe von Options- oder Wandelschuldverschreibungen. Der Vorstand verfügt über eine solche in der Unternehmenspraxis übliche Ermächtigung bereits seit November 2005. Diese zeitlich begrenzte Ermächtigung soll nun verlängert und auf einen Gesamtnennbetrag von bis zu 600 Mio. Euro erweitert werden. In diesem Zusammenhang wird auch eine bedingte Kapitalerhöhung um bis zu 29 Mio. Euro vorgeschlagen. Wir werden das später ausführlicher erläutern. Ich bitte Sie aber jetzt schon, dieser Ermächtigung zuzustimmen.

Sehr verehrte Damen und Herren,

schnelles und ertragreiches Wachstum ist vor allem auf der internationalen Bühne möglich. Praktiker betreibt außerhalb Deutschlands 65 Standorte in sieben Ländern. In fünf dieser sieben Länder sind wir unangefochten die Nummer 1: In Luxemburg, in Griechenland, in der Türkei, in Ungarn und in Rumänien. Griechenland war das Land, von dem aus 1991 unsere Internationalisierung in Süd- und Osteuropa seinen Anfang nahm. Es ist nach wie vor unser stärkstes Land und steuert ein Drittel des Auslandsumsatzes bei.

Die Zielrichtung der Expansion hat sich aber verschoben: Im Fokus stehen heute die Reformstaaten Osteuropas. Rumänien etwa macht jetzt schon – mit weiter steigender Tendenz – einen Anteil von 13 % am Auslandsumsatz aus.

Unser Engagement in Rumänien ist eine Blaupause für erfolgreiches, wertorientiertes internationales Wachstum. Wir sind dort 2002 gestartet und waren bald Marktführer. 2004 erreichten wir schon den Break-Even, Umsatz und Ergebnis entwickelten sich seitdem sehr erfreulich. 2008 wollen wir mit über 20 Märkten in allen größeren Städten Rumäniens vertreten sein.

Die rumänische Erfolgsgeschichte haben wir auf das Nachbarland Bulgarien übertragen. Auch dort sind wir seit Ende 2004 „First mover“ in einem Markt mit enormem Potential. Besonders interessant: Beide Länder haben nach der politischen Wende in den neunziger Jahren eine unglaubliche Privatisierungskampagne erlebt. Heute verfügen dort rund 97 % aller Haushalte über privates Wohneigentum, das obendrein stark sanierungs- und modernisierungsbedürftig ist. Zum Vergleich: In Deutschland liegt die Eigenheimquote bei lediglich 43 %.

Es gibt in Osteuropa also viel zu tun für Selbstbauer, Tüftler und passionierte Heimwerker. Und Praktiker ist die Adresse, bei der sie das Material und das Werkzeug finden, das sie dazu brauchen.

In diesem Jahr steht die Ukraine auf unserer Agenda. Ein Markt, der noch weitgehend unerschlossen ist, gleichzeitig aber enormes Potential bietet. Wir haben dort einen unserer Manager mit dem Aufbau des Geschäfts betraut, der schon Griechenland und Bulgarien zum Erfolg geführt hat. Sein Team arbeitet mit Hochdruck an der Eröffnung des ersten Standorts in Kiew, weitere sollen folgen. Wir erwarten, dass der Name Praktiker auch in der Ukraine bald zum Synonym für Bau- und Heimwerkermärkte wird.

Wir haben die Managementkapazitäten, das Know-how und die verfügbaren Mittel zur Expansion in Osteuropa. Wir werden unsere Präsenz dort ausbauen, wo wir schon vertreten sind. Und wir werden neue Märkte erschließen, wo dies sinnvoll ist. Unsere schlanken Prozesse helfen uns dabei, von Anfang an in neuen Märkten eine gute Marge zu realisieren. Mittelfristig haben wir uns zum Ziel gesetzt, den Auslandsanteil am Konzernumsatz auf 35 bis 40 % zu steigern – mit entsprechend positiver Auswirkung auf unsere Profitabilität.

### **3.2 Kosten- und Preisführerschaft in Deutschland ausbauen**

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

richten wir nun den Blick auf den deutschen DIY - Markt. Der ist unverändert geprägt von Überkapazitäten, Preisdruck und geringen Margen. Einige Wettbewerber machen Verluste, andere sind auf Partnersuche, weil Ihnen die Luft ausgeht. Marktbeobachter halten daher eine Konsolidierung für nötig und wahrscheinlich. Auch wir beobachten die Marktentwicklung sorgfältig. Das gehört zu unserer Verantwortung als Management, das verlangen Sie als Aktionäre von uns. Aber: Wir werden uns an einer Konsolidierung des Marktes nur dann aktiv beteiligen, wenn diese sich betriebswirtschaftlich vorteilhaft darstellt. Wir sind in einer aus unserer Sicht komfortablen Situation: Wir sind nicht im Zugzwang. Und wir haben die notwendige Finanzkraft, sollte sich eine Möglichkeit ergeben.

Wirtschaftlich erfolgreich sind wir im Übrigen auch ohne Konsolidierung des deutschen Marktes. Denn wir haben eine klare Strategie, die wir im aggressiven deutschen Wettbewerbsumfeld Schritt für Schritt umgesetzt haben und die wir auch weiterhin verfolgen werden. Im Mittelpunkt stehen dabei drei Säulen:

1. Preisführerschaft
2. Kostenführerschaft
3. Optimierung des Standortportfolios

Lassen Sie mich auf diese drei Schwerpunkte im Einzelnen noch näher eingehen.

Preisführerschaft ist keine Plakette, die man sich selbst umhängt. Preisführer wird man im Bewusstsein der Kunden. Dazu, dass Praktiker heute als Preisführer anerkannt ist, haben wir allerdings viel und

nachhaltig beigetragen. Etwa durch dauerhafte Niedrigpreise, natürlich bei gleich bleibend hoher Produktqualität, durch wöchentlich wechselnde Schnäppchenangebote und durch eine Preisgarantie, die bei uns weiter geht als bei jedem Wettbewerber.

Imagebildend war und ist vor allem aber unsere populäre Kampagne „20-Prozent auf alles – außer Tiernahrung“. Sie ist ein wichtiger Bestandteil dessen, was aus Kundensicht den besonderen Reiz des Einkaufs bei Praktiker ausmacht.

Unabhängige Marktstudien haben bestätigt: Für jeden zweiten Kunden ist der Preis bei der Wahl seiner Einkaufsstätte das wichtigste Kriterium. Und wir machen den Preis günstig. Darin liegt ein großer Teil unseres Erfolges begründet.

Preisführerschaft bedingt Kostenführerschaft. Denn niedrige Preise sind auf Dauer nur bei schlanken Kostenstrukturen möglich. Auch hier setzt Praktiker Maßstäbe: mit permanenter Optimierung des Sortiments und mit verbesserter Anpassung der Personalstärke an die Schwankungen der Nachfrage.

Kostenführerschaft lässt sich nicht erreichen, wenn man nicht auch den Mut hat, das Standortportfolio einer ständigen kritischen Überprüfung zu unterziehen.

Wir investieren in Märkte, von denen wir einen angemessenen Return on Invest erwarten. Wir ziehen aber auch die Reißleine, wenn anhaltend rote Zahlen geschrieben werden. Seit dem Jahr 2000 haben wir das Praktiker-Filialnetz in Deutschland um rund 50 Standorte ausgedünnt. Im Jahr 2005 haben wir zwei neue Märkte eröffnet, aber fünf geschlossen. Im laufenden Geschäftsjahr werden wir uns von sechs unrentablen Standorten trennen.

An einem Standortmanagement, das ausschließlich und konsequent am wirtschaftlichen Erfolg orientiert ist, führt kein Weg vorbei. Denn

- ohne Standortoptimierung keine Kostenführerschaft,
- ohne Kostenführerschaft keine Preisführerschaft,
- ohne Preisführerschaft kein Erfolg in einem so stark auf den Preiswettbewerb ausgerichteten Markt wie dem deutschen.

### **3.3 Easy-to-Shop**

Meine Damen und Herren,

Erfolg hat eine kurze Halbwertszeit. Das wissen wir. Dementsprechend haben wir unsere Strategie, die auf der Preis- und Kostenführerschaft aufbaut mit dem Easy-to-Shop-Konzept weiter entwickelt.

Easy-to-Shop ist langfristig orientiert und wird nachhaltig umgesetzt. Easy-to-Shop ist vor allem ein Versprechen unseren Kunden gegenüber: Einkaufen bei Praktiker soll nicht nur günstig, sondern auch einfach und bequem sein.

Wir sorgen dafür, dass der Kunde schnell findet, was er sucht:

- durch übersichtliche Märkte mit klarem, eindeutigem Leitsystem,
- durch ein transparentes Angebot, gegliedert in Einstiegsmarken, Eigenmarken und Markenartikel,
- durch eine selbsterklärende Warenpräsentation und -beschilderung, die kaum Fragen offen lässt.

Easy-to-Shop heißt aber auch, dass wir für unsere Kunden eine sinnvolle Vorauswahl treffen, indem wir die Sortimentstiefe weiter reduzieren. Früher hatten wir mal 300.000 Artikel im Programm. Heute sind es maximal 72.000. Und mit Easy-to-Shop sparen wir weitere 10 bis 20 % ein. So bekämpfen wir den Zeitdiebstahl, den Konsumforscher in Megamärkten mit riesigem Warenangebot ausgemacht haben. Das Easy-to-Shop-Konzept sorgt für eine Beschleunigung der Artikeldrehzahl im Regal. Damit steigern wir die Effizienz unseres Kapitaleinsatzes und verbessern die Ertragssituation.

Wir sind unserer Sache sicher: Das neue Einkaufserlebnis Easy-to-Shop wird die Kunden überzeugen. Ursprünglich wollten wir im August drei Pilotmärkte komplett auf das neue Verkaufskonzept umstellen. Jetzt nehmen wir nicht drei, sondern sechs Märkte ans Netz. Im nächsten Jahr werden wir unter Einbeziehung der ersten praktischen Erfahrungen 50 Easy-to-Shop-Märkte folgen lassen, im Jahr 2008 weitere 100. Vielleicht haben Sie die Gelegenheit, sich selbst ein Bild von dieser kundenfreundlichen Innovation zu machen.

#### **4. Markttrends stützen Wachstumserwartungen**

Sehr geehrte Damen und Herren,

Unsere Wachstumsziele sind ambitioniert. Wir werden hart daran arbeiten, sie zu erreichen. Wir sind aber auch in der glücklichen Lage, dass wir uns auf einige generelle Trends stützen können, die für eine anhaltend positive Marktnachfrage nach unseren Produkten sprechen:

- der hohe Eigenheimanteil und die wachsende Kaufkraft in den osteuropäischen Auslandsmärkten,
- der zunehmende Sanierungs-, Renovierungs- und Modernisierungsbedarf des deutschen Haus- und Wohnungsbestands,
- und der Trend zur eigenen Immobilie als Teil der individuellen Altersvorsorge.

All dies nützt Praktiker und begründet unsere Zuversicht, auch in Zukunft stark zu wachsen. Nicht nur im Ausland, sondern auch in Deutschland. Denn trotz forcierter Internationalisierung bleibt die wichtigste Säule unseres Geschäfts auch weiterhin der deutsche Markt.

#### **5. Aktuelle Geschäftsentwicklung im Rahmen der Prognosen**

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

die Zahlen des abgelaufenen Geschäftsjahres sind sehr zufrieden stellend ausgefallen. Sie waren das Ergebnis unserer Strategie, die einfach, aber überzeugend auf eine führende Preisposition ausgerichtet ist. Diese Strategie haben wir unverändert beibehalten. Deshalb knüpfen wir im aktuellen Geschäftsjahr auch nahtlos an den Erfolg des Jahres 2005 an. Hier ein kurzer Überblick über die laufende Geschäftsentwicklung:

- Wir sind gut ins neue Jahr gestartet und lagen nach zwei Monaten im In- und Ausland deutlich im Plus.
- Wir hatten im März wegen des anhaltenden Winterwetters einen saisonalen Durchhänger in Deutschland. Er hat uns ein Stück weit zurück geworfen und den Quartalsabschluss belastet.
- Wir haben danach kräftig aufgeholt und den Umsatz im April und im Mai erheblich steigern können. Mittlerweile liegen Umsatz und Ergebnis wieder voll im Rahmen unserer Erwartungen.
- Unsere Halbjahreszahlen werden wir Ende Juli veröffentlichen. Rechnen Sie damit, dass sie positiv und zufrieden stellend ausfallen.

Was heißt das auf das gesamte Jahr bezogen?

Unsere bisherige Zielsetzung lautete: Wir wollen 2006 unseren Umsatz im niedrigen einstelligen Prozentbereich steigern und ein EBITA über Vorjahresniveau erreichen. Diese Ziele haben wir auf unserer Bilanzpressekonferenz am 4. April 2006 formuliert. Es gibt heute keinen Anlass, von dieser Prognose abzuweichen.

#### **6. Schluss**

Sehr verehrte Damen und Herren,

Im ersten Teil meiner Rede hatte ich ausgeführt, dass der Erfolg, auf den wir zu Recht alle stolz sind, gemeinsam erarbeitet worden ist. Von allen Mitarbeitern. Und von einem Management-Team, das erfolgsorientiert an einem Strang gezogen hat. Einen in diesem Team möchte ich heute besonders hervorheben, weil er uns verlässt. Es ist unser Vorstandskollege Karlheinz Kockmann. Genau drei Tage hat er noch, dann tritt er in den zwar vorzeitigen, aber wohlverdienten Ruhestand.

Herr Kockmann: Ich danke Ihnen sehr für Ihren Einsatz und Ihre herausragende Leistung an der Spitze des Category-Managements von Praktiker. Sie haben unserem Unternehmen viel gegeben, das den Tag überdauern wird. Und ich freue mich, hinzufügen zu können: Sie finden in Pascal Warnking einen jungen, kompetenten Nachfolger.

Ihnen, Herr Kockmann, wünsche ich alles Gute für die Zukunft. Herrn Warnking begleiten bei der Erfüllung seiner neuen, verantwortungsvollen Aufgabe in einem veränderten Umfeld ebenfalls meine besten Wünsche.

Weiterhin möchte ich die Gelegenheit wahrnehmen allen, die in diesem gut aufgestellten Unternehmen tätig sind oder die ihm, wie Sie als Aktionäre, verbunden sind, für ihren persönlichen Einsatz und ihre konstruktive Unterstützung zu danken. Ich versichere ihnen im Namen des Vorstands: Sie werden ihren Einsatz an Manpower und an finanziellen Mitteln nicht bereuen. Praktiker wird auch in Zukunft ein Unternehmen sein, das mit unternehmerischem Weitblick, kaufmännischer Umsicht und saarländischer Zuversicht geführt wird. Wir setzen uns klare Ziele und verfolgen diese konsequent.

Unterstützen Sie uns dabei als Aktionäre und schenken Sie uns weiterhin Ihr Vertrauen.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.