

Ansprache vor den Aktionärinnen und Aktionären der NORMA Group SE auf der ordentlichen virtuellen Hauptversammlung am 17. Mai 2022

Es gilt das gesprochene Wort.

Dr. Michael Schneider, Vorsitzender des Vorstands

Vielen Dank Herr Hauptmann.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

sehr geehrte Damen und Herren,

im Namen des Vorstands begrüße ich Sie herzlich zur dritten virtuellen Hauptversammlung der NORMA Group SE. Wir freuen uns sehr, dass Sie zugeschaltet sind und uns heute begleiten.

KURZE PAUSE

Wir leben in **bewegten** Zeiten, in denen bisher Unvorstellbares zur harten Realität geworden ist – und dies ganz nah am Zentrum Europas.

Mit großer Sorge blicken wir tagtäglich auf die schlimmen Geschehnisse in der Ukraine. Unsere Gedanken sind bei den Menschen in den Krisengebieten und bei unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die Familie und Freunde in der Region haben. In diesen schwierigen Zeiten wollen wir natürlich Hilfe anbieten. Die NORMA Group leistet ihren unternehmerischen Beitrag durch die Unterstützung humanitärer Initiativen ihrer Belegschaft.

Die Wahrung der Menschenrechte und Integrität sind ein fester Bestandteil unseres täglichen Handelns. Daher haben wir bereits sehr früh nach Kriegsausbruch entschieden, alle Lieferungen nach Russland einzustellen. Die direkten Auswirkungen daraus auf das Geschäft der NORMA Group sind derzeit begrenzt. Wie sich der Krieg in der Ukraine auf die Weltwirtschaft und damit indirekt auf die NORMA Group auswirken wird, kann derzeit niemand sagen. Daher beobachten wir die Entwicklungen sehr genau und hoffen natürlich auf eine baldige und friedliche Lösung.

Meine Damen und Herren,

kommen wir nun zu dem Bericht über das vergangene Geschäftsjahr. Insgesamt können wir festhalten: 2021 – wie auch bereits 2020 – war ein stürmisches, aber dennoch ein erfolgreiches Jahr für die NORMA Group.

Was genau war das „Stürmische“ im vergangenen Geschäftsjahr?

Wesentlichen Einfluss und damit weiterhin großes Gewicht hatten die **Corona-Pandemie** und ihre weitreichenden Auswirkungen auf die Weltmärkte. Letztere traten mit dem raschen Wiederhochfahren der Wirtschaft zunächst schleichend, jedoch dann im zweiten Halbjahr 2021 deutlich zum Vorschein.

Dazu gehörten vor allem massive Verwerfungen in den globalen **Lieferketten**, die sich im zweiten Halbjahr 2021 in einer begrenzten Verfügbarkeit von Rohstoffen manifestierten. In der Folge stiegen Preise für Produktionsmaterialien, Frachten und Transportdienstleistungen auf bisher ungekannte Höhen. So stellte sich ein Belastungsfaktor nach dem anderen ein – mit entsprechenden Auswirkungen auf die Kosten.

Wie die gesamte Industrie, sah sich auch die NORMA Group mit den weitreichenden Belastungen konfrontiert. Vor diesem Hintergrund mussten wir Mitte September 2021 unsere Prognose für das operative

Ergebnis im Geschäftsjahr 2021 anpassen. Sie können sich vorstellen, dass wir darüber nicht erfreut waren. Dennoch war dieser Schritt notwendig.

Zudem haben wir die entstandenen Marktwidrigkeiten vor allem in einem sehr wechselhaften Bestellverhalten unserer Kunden in der Automobilindustrie gespürt. Dieser Zustand erforderte nicht nur große Flexibilität, sondern auch ein hohes Maß an Disziplin. Wir wussten aber auch: Die Mannschaft der NORMA Group setzt alle ihre verfügbaren Hebel in Bewegung. Gemeinsam haben wir mit gezielten Maßnahmen die negativen Effekte auf unser Geschäft bestmöglich eingedämmt. Hierbei konnten wir auch aus den umfassenden Erfahrungen des außergewöhnlichen Jahres 2020 schöpfen.

Unser Unternehmen hat sich auch in dem stürmischen Jahr 2021 abermals als **sehr robust** erwiesen. Unsere selbst gesetzten Ziele haben wir trotz der schwierigen Umfeldbedingungen erreicht:

Wir sind aus eigener Kraft heraus organisch sehr stark gewachsen.

Wir haben in Krisenzeiten eine zweistellige EBIT-Marge realisiert.

Wir haben unsere Verschuldung spürbar reduziert.

Das gibt uns eine sehr gute Basis für die Zukunft.

Was bedeuten die Erfolge aus dem Jahr 2021 in Zahlen?

Wir haben einen **Konzernumsatz** von rund 1,1 Milliarden Euro und ein organisches Umsatzwachstum von 16,2 Prozent erzielt. Damit lagen wir trotz aller Hürden im Rahmen der im März 2021 veröffentlichten Annahme eines niedrigen zweistelligen organischen Konzernumsatzwachstums. In den Regionen Amerika und Asien-Pazifik übertrafen die Erlöse im Geschäftsjahr 2021 sogar wieder spürbar das Niveau des Vorkrisenjahres 2019. Die Entwicklung unserer Konzernenerlöse bewerten wir in dem von zahlreichen Umfeldfaktoren belasteten Jahr als einen bemerkenswerten Erfolg.

Mit der guten Umsatzentwicklung übertraf auch unser **operatives Ergebnis** – das bereinigte EBIT – mit 113,8 Millionen Euro den Wert des coronabelasteten Vorjahres deutlich. Die bereinigte EBIT-Marge erreichte 10,4 Prozent und entwickelte sich damit entsprechend unseren im September 2021 angepassten Erwartungen. Dabei war die Ergebnisentwicklung vor allem im vierten Quartal 2021 durch die anhaltenden Engpässe bei den Liefer- und Logistikketten spürbar belastet.

Das bereinigte Periodenergebnis und das bereinigte Ergebnis je Aktie lagen mit 72,3 Millionen Euro beziehungsweise 2 Euro und 27 Cent ebenfalls signifikant über dem Vorjahr.

Schauen wir auf die Kapitalseite. Auch hier sehen wir positive Entwicklungen. Der operative Netto-Cashflow – unsere wesentliche Liquiditätskennziffer – erreichte einen Wert von knapp 100 Millionen Euro. Durch unser sehr konsequentes Cash Management ist es uns zudem gelungen, die Nettoverschuldung sichtbar weiter zu reduzieren. Auch unsere Eigenkapitalquote verbesserte sich nochmals gegenüber dem Vorjahr. Sie lag bei 44,6 Prozent.

Diese positiven Entwicklungen stehen zusammengefasst für eine sehr **stabile Basis**, die uns auch in Krisenzeiten notwendigen Handlungsspielraum für unsere Wachstumsstrategie verschafft.

Meine Damen und Herren,

die erzielten Erfolge sind der Verdienst unserer engagierten **Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter** und der Beleg für eingespielte Teamarbeit. Sie alle haben wieder einmal Großes geleistet. Ich möchte unseren Kolleginnen und Kollegen weltweit an dieser Stelle – auch im Namen des gesamten Vorstandsteams – für den beeindruckenden und bewegenden Einsatz herzlichst danken!

Wir haben im vergangenen Jahr gemeinsam an unserem strategischen Kurs festgehalten. Dabei zeigte sich erneut, dass wir mit unserer **Fokussierung auf unterschiedliche Endmärkte** sehr gut positioniert sind.

Auch wurde deutlich: Agilität ist eine der wesentlichen Voraussetzungen für unternehmerischen Erfolg. Exakt darauf fokussieren wir uns mit unserem **Transformationsprogramm „Get on track“**. Im Rahmen des Programms arbeiten wir konzentriert daran, uns noch besser für die Zukunft zu positionieren. Dafür haben wir unterschiedliche zielgerichtete Maßnahmen in der Umsetzung, um die NORMA Group langfristig weiter wettbewerbsfähig aufzustellen. 2021 haben wir hierbei weitere wichtige Schritte erzielt.

Mit der Integration der **Produktionsaktivitäten** von Fengfan in China in ein Werk in Changzhou haben wir unsere Produktionsstandorte in der Region Asien-Pazifik erfolgreich konsolidiert. Dadurch können unsere Aktivitäten vor Ort noch besser auf die strategischen Geschäftseinheiten Industrieanwendungen sowie Mobilität und Neue Energien ausgerichtet werden. Dies ist ein wesentlicher Schritt zur weiteren Optimierung unserer weltweiten Standorte.

Zur **Optimierung unserer Standortstruktur** gehört auch die im Juni 2020 bekanntgegebene Schließung unseres Standorts Gerbershausen in Deutschland bis Ende 2022. Dieser schwere Schritt dient der Effizienzsteigerung der Produktion in Europa sowie der Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der NORMA Group. Die damit verbundenen Maßnahmen haben wir im Geschäftsjahr 2021 planmäßig umgesetzt. Im Detail beinhaltete dies den Transfer von vier Produktgruppen an

unseren Standort in Tschechien sowie nach Anderstorp in Schweden. Dank einer starken Mannschaft ist die Fertigung der umgezogenen Produktgruppen zügig und erfolgreich angelaufen.

Das Thema **Digitalisierung** nimmt für die NORMA Group eine immer größere Rolle ein. Im Jahr 2021 haben wir unsere Digitalen Aktivitäten erfolgreich ausgebaut. Dazu zählt die Ausweitung des 2020 neu eröffneten NORMA Group Webshops, dessen Vorteile nun auch Distributionskunden in den Benelux-Ländern umfassend nutzen können. Dies ermöglicht uns neue Absatzpotenziale in der Region EMEA. Wir bleiben weiterhin am Puls der Zeit. Der stetige Ausbau unserer Digitalen Aktivitäten ist für unser Geschäft und die Erschließung neuer Wachstumspotentiale eine wichtige Basis.

Mit diesen Maßnahmen schaffen wir die Voraussetzungen für weiteres Wachstum und steigern zugleich unsere Profitabilität.

KURZE PAUSE (für bspw. einen Schluck Wasser, wenn erforderlich)

Meine Damen und Herren,

ein wesentlicher Treiber für gesundes Wachstum sind **Innovationen**. Insbesondere smarte Produktentwicklungen bewegen den Globus und auch die NORMA Group mit steigender Dynamik. Hierbei stellen wir die spezifischen Anforderungen unserer Kunden stets in den Fokus unserer Geschäftsaktivitäten. Diesen Anspruch berücksichtigen wir

nicht nur im Vertrieb, sondern auch in der eigenen Produktion und in unseren Produkten. Mit unseren ausgezeichneten Entwicklungsteams bieten wir unseren Kunden intelligente und passgenaue Produktlösungen für die drängendsten Fragen unserer Zeit an. **Nachhaltigkeit** ist hierbei ein essenzieller Faktor. Unsere neue digitale Wasserzeitschaltuhr der Marke Raindrip ist ein sehr gutes Beispiel für unser nachhaltiges und innovatives Produktportfolio. Sie unterstützt automatisierte Bewässerungssysteme bei der witterungsgesteuerten Bewässerungsplanung. Dadurch wird wertvolles Wasser gezielt eingespart – in Verbindung mit einem Tröpfchenbewässerungssystem bis zu 70 Prozent.

Daneben haben auch Lösungen für den intelligenten Einsatz im Bereich Mobilität und Neue Energien einen wichtigen Platz auf unserer Innovationsagenda. Gerne möchte ich hier unseren „Safety Regulated QR Code Quick Connector“ hervorheben. Mit ihm ermöglichen wir Kunden, Produktionsprozesse zu digitalisieren und die Fertigungsstufen zukunftsgerecht auszubauen.

Diese und zahlreiche weitere Produkte unterstreichen die **Innovationskraft der NORMA Group**. Sie ist eine unserer besonderen Stärken, die wir durch zielgerichtete Investitionen stetig weiterentwickeln und ausbauen.

Neben den Investitionen in unsere Forschungs- und Entwicklungsarbeit, konzentrieren wir uns auch auf Projekte für noch mehr Kundennähe. Die Nähe zum **Kunden** ist ein wesentlicher Faktor unseres Erfolgs und daher auch ein wichtiger Teil unserer Wachstums- und Lokalisierungsstrategie. Ein wichtiger Meilenstein war hier die Erweiterung der Produktionskapazitäten an unserem Standort in Wuxi, China, die wir im März 2021 erfolgreich abgeschlossen haben. Mit der Vergrößerung unserer Produktionsfläche auf nahezu das Dreifache haben wir vorausschauend auf die steigende Kundennachfrage in Asien-Pazifik reagiert. Die Kapazitätserweiterung ermöglicht es uns, für jedes Marktsegment eine breitere Produktpalette anzubieten. Zugleich wird die lokale Markteinführung neuer Produkte beschleunigt und unterstützt.

Sie können daran erkennen, dass wir in einem herausfordernden Umfeld 2021 viel erreicht haben. Alle diese Schritte sind für uns – entsprechend dem Titel unseres am 23. März 2022 veröffentlichten Geschäftsberichts – **„Nachhaltig. Relevant.“**

Nachhaltig und relevant ist auch unsere auf Wertsteigerung fokussierte **Strategie**. Mit ihr haben wir bereits frühzeitig wichtige Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt. Die Entwicklungen im Jahr 2021 haben dies einmal mehr bestätigt. Sie haben auch gezeigt,

wie wertvoll die Fokussierung auf unterschiedliche Endmärkte für unser Unternehmen insbesondere in Krisenzeiten ist.

Wir verfügen über ein nachhaltiges Geschäftsmodell, das auf die relevanten Megatrends Klimawandel und Ressourcenknappheit ausgerichtet ist. Damit adressieren wir die spezifischen Anforderungen unserer Kunden. Genau diese Besonderheit unseres Geschäftsmodells verleiht uns eine gewisse Balance und Widerstandskraft in schwierigen Zeiten. Von großer Bedeutung für unser Kerngeschäft sind weiterhin die Zukunftsmärkte Wasser und Elektromobilität. In ihnen wollen wir künftig noch weiter wachsen. Wir konzentrieren uns auf die stetige Weiterentwicklung in unseren drei strategischen Geschäftseinheiten: Wassermanagement, Industrieanwendungen sowie Mobilität und Neue Energien.

Meine Damen und Herren,

erlauben Sie mir einen Blick auf das, was wir **strategisch 2021** erreicht haben – und auch, wie wir die Weiterentwicklung in unseren strategischen Geschäftseinheiten sehen.

Unser Wassergeschäft entwickelt sich Jahr für Jahr sehr gut. 2021 erreichte es einen Anteil am Konzernumsatz in Höhe von rund 24 Prozent. Der schonende Umgang mit der knappen Ressource Wasser ist eine der wesentlichen Herausforderungen der heutigen

Zeit. Der Bedarf nach effizienten Lösungen, insbesondere im Trinkwasserbereich, nimmt weltweit zu. Daher bauen wir unser Wassermanagementgeschäft in allen Regionen konsequent aus. Im Fokus unserer Aktivitäten steht die stetige Ausweitung unseres Marktangebots durch neue, innovative und nachhaltige Produktlösungen. Zusätzliche Potenziale sehen wir neben dem Fokus auf die Wassermenge auch in den Anwendungsbereichen zur Sicherstellung der Wasserqualität sowie der Wiederverwendung von Wasser.

Darüber hinaus wollen wir unser Wassermanagement auch durch selektive Akquisitionen und Kooperationen stärken. Hierbei haben wir Ende 2021 bereits einen wichtigen Meilenstein erreicht. Wir sind mit SAB, einem italienischen Spezialisten für Verbindungstechnik in den Bereichen Trinkwasserversorgung, Bewässerung und Regenwasserableitung, eine strategische Partnerschaft eingegangen. Die Kooperation ermöglicht uns zusätzliche Produktionsressourcen und ein schnelleres Angebot für unsere Kunden in Europa. Ein sehr gutes Beispiel ist unser im ersten Quartal 2022 neu eingeführtes Produkt NORMA MARLIN. Dabei handelt es sich um eine eigens für den europäischen Markt entwickelte Klemmverschraubung, die den hohen Anforderungen der EU-Mitgliedstaaten an Trinkwasseranwendungen gerecht wird. An diesen Erfolg werden wir künftig anknüpfen.

In unserer strategischen Geschäftseinheit Industrieanwendungen liegt der Fokus auf einem ausgewogenen Portfolio und globalem Wachstum. Bereits heute decken wir eine breite Palette von Lösungen für die vielfältigsten Anwendungsbereiche ab. Unser aktuelles Produktportfolio liefert technologische Infrastrukturlösungen mit Mehrwert, unter anderem für Verbindungen und Befestigungen im Bereich Gebäude. Wir bei NORMA Group können noch mehr als das. Ganz gleich, ob es sich um Lösungen für große Parkhäuser, Olympische Stadien, Tunnelsysteme, Hotelanlagen oder Züge, Flugzeuge und Schiffe handelt;

KURZE PAUSE (für bspw. einen Schluck Wasser, wenn erforderlich)

ganz gleich, ob der Einsatzbereich in der Luft, an Land oder unter Wasser liegt – die Produkte der NORMA Group finden Sie weltweit. Unsere Expertise kommt überall dort zum Einsatz, wo komplexe Anforderungen und Extreme aufeinandertreffen – dort, wo Know-how und langjährige Erfahrungen gefragt sind.

Der Auftrag über die Ausstattung einer Offshore-Fischzuchtanlage in der norwegischen Nordsee mit ABA Schlauchschellen aus dem Jahr 2021 belegt, dass unsere Produkte auch unter schwierigsten Witterungsbedingungen eingesetzt werden können. Wir ermöglichen unseren Kunden in den unterschiedlichsten Anwendungsbereichen und auf ihren spezifischen Märkten innovativ und wettbewerbsfähig

zu sein. Das ist ein wesentliches Kernelement der Kompetenz der NORMA Group. Diese Stärke wollen wir regional weiter ausbauen.

Daher investieren wir, wie bereits erwähnt, in die Nähe zum Kunden. Einen Teil decken wir dabei durch den Ausbau unserer Digitalen Aktivitäten in Amerika und Europa ab. Darüber hinaus streben wir durch die weitere Lokalisierung der Produktion in Asien-Pazifik, eine gezielte Ausweitung des Produktangebots und die Konzentration auf schnell wachsende Märkte an. Damit wird unser Geschäft in den sich wandelnden Märkten stetig profitabel wachsen.

Insbesondere die Automobilbranche vollzieht einen umfassenden technologischen Wandel. Das haben wir frühzeitig als Chance erkannt. Heute sind wir mit unserem breiten Produktportfolio im Bereich Mobilität und Neue Energien gut aufgestellt. Wir gestalten die gegenwärtige Transformation hin zu einer umweltverträglicheren Mobilität aktiv mit. Dies umfasst insbesondere auch den wachsenden Bereich Elektromobilität. Innerhalb der Fahrzeuge unterstützen wir unsere Kunden aktiv dabei, die immer strenger werdenden Abgasnormen zu erfüllen und gleichzeitig CO₂-Emissionen auf ein Minimum zu reduzieren. Denn, während sich die Elektromobilität immer schneller durchsetzt, werden die Emissionsvorschriften für Verbrennungsmotoren zunehmend strenger.

Die NORMA Group ist gut positioniert, um den Wandel der Automobilindustrie mit zeitgerechten Lösungen zu begleiten. Daher investieren wir in die Zukunft – beispielsweise in den Ausbau der Produktion für das attraktive Elektromobilitätsgeschäft in China oder in unseren Stammsitz in Maintal.

Interessante Einsatzmöglichkeiten ergeben sich im Bereich Mobilität und Neue Energien für uns auch außerhalb von Fahrzeugen. Diese reichen beispielsweise von Verbindungstechnik für den Einsatz in Windkraftanlagen zur Energiegewinnung bis hin zur Energiespeicherung und Energieverwendung in Ladestationen und Lademöglichkeiten für den Heimgebrauch. Wir sind auch hier breit aufgestellt und werden von zukunftssträchtigen Megatrends profitieren.

Meine Damen und Herren,

unsere Aktivitäten auf der **Transformationsagenda** für die Anforderungen der Zukunft sind ambitioniert. Wir haben dafür sehr klare Perspektiven.

Unsere auf unterschiedliche Endmärkte fokussierte Aufstellung bietet uns eine sehr gute Ausgangslage. Unsere Produkte orientieren sich an relevanten Megatrends der Zukunft.

Unsere Kunden und ihre spezifischen Märkte sind und bleiben der wichtige Fokus unserer Unternehmensaktivitäten. Auch zukünftig werden wir zielgerichtete und den Anforderungen unserer Kunden entsprechende Produkte und Lösungen entwickeln, denn wir bei NORMA Group kennen uns mit komplexen Anforderungen sehr gut aus.

Unsere Perspektive ist klar definiert: Wir wollen Marktführer für Verbindungs- und Fluid-Handling-Technologien in bestehenden und künftigen Märkten sein. Daher konzentrieren wir uns nachhaltig auf die speziellen Marktanforderungen in den strategischen Geschäftseinheiten Wassermanagement, Industrieanwendungen sowie Mobilität und neue Energien. Mit diesem strategischen Fokus werden wir profitabel und nachhaltig wachsen und unseren Unternehmenswert weiter steigern.

KURZE PAUSE (für bspw. einen Schluck Wasser, wenn erforderlich)

Unser „Handeln“ vollzieht sich dabei stets im Rahmen unserer unternehmerischen Verantwortung – Nachhaltig. Relevant. **Corporate Responsibility** ist ein zentraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Diesem Anspruch werden wir auch mit unseren innovativen und zukunftsfähigen Produkten sowie mit stetig optimierten Produktionsprozessen gerecht. Unser Engagement in den

Bereichen Umwelt, Soziales sowie Governance belegt: Wir ermöglichen Nachhaltigkeit und wir leben Nachhaltigkeit!

Der **Klimawandel** ist eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. Um die Erderwärmung zu begrenzen, müssen wir alle unseren Beitrag dazu leisten. Wir haben uns als Unternehmen ein klares Ziel gesetzt: Wir wollen den schädlichen Ausstoß von Emissionen mit geeigneten Maßnahmen nachhaltig weiter reduzieren. Eine wesentliche Komponente davon ist der Einsatz und die Nutzung von klimaneutralem Strom. Bereits in den vergangenen Jahren wurden unsere Produktions- und Vertriebsstandorte nach und nach auf „grünen Strom“ umgestellt. Damit und in Kombination mit einem schonenden Ressourceneinsatz gelang es uns, unsere CO₂-Emissionen im Geschäftsjahr 2021 um 12,8 Prozent zu senken. Seit Januar 2022 beziehen alle Standorte weltweit Strom aus erneuerbaren Energien. Darüber hinaus prüfen wir kontinuierlich in allen Werken weitere Maßnahmen zur Senkung des Energiebedarfs. Die Möglichkeiten erstrecken sich von dem Einsatz erneuerbarer Energien in der eigenen Produktion über neue, sparsamere Maschinen und Geräte bis hin zu Energiesparprojekten und Prozessen zur Wärmerückkopplung.

Die globalen Megatrends Klimawandel und Ressourcenknappheit treiben uns an, unsere Produktionsprozesse weltweit noch nachhaltiger zu gestalten und die Auswirkungen unserer Fertigung auf die Umwelt auf ein Minimum zu reduzieren. Dabei legen wir den Fokus

nicht nur auf unsere Produktionsprozesse. Auch in die Entwicklung unserer Produkte beziehen wir wichtige Nachhaltigkeitsaspekte bereits frühzeitig ein. Wir haben den Anspruch den Anteil unserer ökologisch nachhaltigen Produkte kontinuierlich auszubauen. Davon profitieren nicht nur wir, sondern auch unsere Kunden weltweit.

Der Bereich Soziales nimmt im Rahmen unserer nachhaltigen Aktivitäten ebenfalls eine wesentliche Rolle ein. Die Corona-Pandemie ist noch nicht ausgestanden. Der Schutz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat höchste Priorität für uns. Wir haben viele Erfahrungen aus dem Jahr 2020 mitgenommen. Zusammen mit unserem globalen Führungsteam haben wir alle uns zur Verfügung stehenden Instrumentarien eingesetzt, um die internen Auswirkungen auf unsere wichtigste Ressource, unsere Belegschaft, bestmöglich einzudämmen.

Zudem haben wir im Jahr 2021 in allen Regionen begonnen Impfkampagnen aufzubauen. Unter dem Motto „Customer Value through Innovation *and Vaccination*“ war es unser gemeinsames Ziel, unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern unter anderem durch Kooperationen mit lokalen Ärzten zeitnah eine Impfmöglichkeit zu ermöglichen. Ganz herzlichen Dank an alle Kolleginnen und Kollegen nochmals, die an den weltweiten Impfkampagnen beteiligt waren.

Wir arbeiten kontinuierlich daran, unsere Vorkehrungen zum **Arbeits- und Gesundheitsschutz** zu optimieren, denn wir wollen unserer Belegschaft ein sicheres Arbeitsumfeld bieten und Arbeitsunfälle vermeiden. Durch kontinuierliches Monitoring und Weiterbildung konnten wir die Zahl der Arbeitsunfälle in den letzten Jahren signifikant senken.

Wir wollen **Arbeitgeber der Wahl** sein und streben danach, die besten Talente in unserem Unternehmen dauerhaft an uns zu binden. Das Thema Diversität ist dabei ein Kernaspekt. Wir stehen ein für Chancengleichheit und sehen Vielfalt – auch in unserer Belegschaft – als einen der wesentlichen Erfolgsfaktoren der NORMA Group.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

gesellschaftliches Engagement ist uns ein besonderes Anliegen, denn wir sehen uns als verantwortungsvollen Teil unserer Gesellschaft. Wir sind bereits seit Jahren Unterzeichner des UN Global Compact und bekennen uns zu dessen zehn Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitnehmer, Umwelt und Anti-Korruption.

Basierend darauf setzen wir regelkonformes Handeln jederzeit voraus. Dies gilt nicht nur für unsere unternehmensinternen Prozesse und Aktivitäten, sondern beinhaltet auch Kunden- und Lieferantenbeziehungen. Hierbei legen wir großen Wert darauf,

Nachhaltigkeitskriterien in die Auswahl unserer Lieferanten frühzeitig einzubeziehen. Wir erwarten, dass sich unsere Lieferanten an die gleichen Regeln halten, die auch wir erfüllen. Damit uns das gelingt, werden Verhaltensrichtlinien sowie damit verbundene Trainingskonzepte laufend verbessert. Denn unser Fokus liegt darauf, nachhaltig Wert zu schaffen.

Wir wollen für unser Umfeld einen nachhaltigen Mehrwert erzielen. Aus diesem Grund engagieren wir uns unter anderem für einen verantwortungsvollen Umgang mit der wertvollen Ressource Wasser. Mit dem Ziel, Menschen weltweit den Zugang zu sauberem Wasser zu ermöglichen, haben wir bereits vor mehreren Jahren mit unserem langjährigen Partner, der Kinderhilfsorganisation PLAN International, das Sozialprojekt NORMA Clean Water ins Leben gerufen. Durch die Kooperation ermöglichen wir Familien in Indien und Brasilien den Zugang zu sauberem Wasser und verbessern somit aktiv die Lebens- und Gesundheitsbedingungen der Menschen dort.

Wir freuen uns über die bislang gemeinsam mit PLAN International, erzielten Erfolge. Insbesondere vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie erhält unser Sozialprojekt eine hohe Bedeutung: ein verbesserter Zugang zu Wasser und ein besseres Verständnis von Hygiene können einen wirksamen und anhaltenden Beitrag zur Eindämmung der Pandemie und anderer Virusinfektionen leisten. Mit

unserem Herzensprojekt NORMA Clean Water geben und sichern wir eine Perspektive für die Zukunft. Dies werden wir auch weiterhin verfolgen.

Lassen Sie uns auf das **erste Quartal** 2022 blicken.

Das Geschäft der NORMA Group hat sich im ersten Quartal 2022 in einem herausfordernden Marktumfeld mit moderatem Wachstum gegenüber dem Vorjahr entwickelt. Der Konzernumsatz lag mit 304,4 Millionen Euro um 6,3 Prozent über dem Niveau des Vorjahreszeitraums. Organisch sind wir gegenüber dem Vorjahresquartal um 2,2 Prozent gewachsen. Wesentlicher Treiber des Umsatzwachstums waren die Regionen Amerika und Asien-Pazifik. In Amerika war sowohl im Bereich Wassermanagement als auch im Bereich Mobilität und Neue Energien im Vergleich zum ersten Quartal des Vorjahres ein deutlicher Umsatzanstieg zu verzeichnen. Auch in der Region Asien-Pazifik entwickelte sich das Wassergeschäft sehr gut. Dagegen blieb die Entwicklung in der Region EMEA aufgrund der rückläufigen Nachfrage der europäischen Automobilindustrie wie erwartet unterhalb des guten Vorjahresquartals.

Auch die operativen Ergebniskennzahlen haben sich in den ersten drei Monaten 2022 erwartungsgemäß entwickelt. Das bereinigte EBIT und die bereinigte EBIT-Marge betragen 30,3 Millionen Euro beziehungsweise 10,0 Prozent.

Unser operativer Netto-Cashflow lag mit minus 16,7 Millionen Euro im Rahmen unserer Erwartungen, allerdings unter dem Wert des Vorjahresquartals. Mit dem weiteren Umsatzanstieg sind auch unsere Forderungen und damit das Umlaufvermögen angestiegen. Ein weiterer Faktor war der Aufbau unserer Vorräte bei höheren Materialpreisen. Wir arbeiten fortlaufend daran, unser Working Capital durch geeignete Maßnahmen zu optimieren.

Vor dem Hintergrund der – den Umständen entsprechenden - guten Entwicklung im Geschäftsjahr 2021 wollen wir Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, entsprechend am Unternehmenserfolg der NORMA Group SE beteiligen. Daher schlagen wir Ihnen eine Dividende in Höhe von 75 Cent je Aktie vor. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von rund 33 Prozent unseres bereinigten Periodenergebnisses im Geschäftsjahr 2021 und liegt damit im Rahmen unserer nachhaltigen Dividendenstrategie.

Meine Damen und Herren,

einige Herausforderungen bewegen uns weiterhin auch in 2022. Das politische, das wirtschaftliche sowie das soziale Umfeld sind von großen Unsicherheiten geprägt: ein Krieg in Europa, Corona, Lieferkettenthemen, Inflation und Preissteigerung sowie Materialverfügbarkeit.

Es bleibt in der Tat herausfordernd! Darauf sind wir bestens vorbereitet. Wir sind sehr zuversichtlich, dass wir uns als NORMA Group weiter gut entwickeln werden und blicken mit gesundem Optimismus nach vorne.

Wir haben **klare Perspektiven**:

- Wir gestalten den Wandel in wesentlichen Industrien aktiv mit.
- Unsere innovativen Produkte sind bei unseren Kunden gefragt.
- Unsere Auftragsbücher sind sehr gut gefüllt.
- Wir sind finanziell gut aufgestellt.
- Wir sind strategisch auf genau dem richtigen Weg.
- Wir haben den Kurs auf profitables Wachstum in klar definierten Wachstumsbereichen gesetzt – Nachhaltig. Relevant.

Erfolge hieraus haben wir im Jahr 2021 bereits deutlich gesehen!

Begleiten Sie uns auf den nächsten erfolgreichen Etappen in Richtung Zukunft.

Ich bedanke mich ganz herzlich – im Namen des gesamten Vorstands – für Ihr Vertrauen und Ihre Aufmerksamkeit und übergebe das Wort nun wieder an unseren Aufsichtsratsvorsitzenden, Herrn Hauptmann.