

Ansprache vor den Aktionärinnen und Aktionären der
NORMA Group SE auf der ordentlichen Hauptversammlung
am 11. Mai 2023

Es gilt das gesprochene Wort.



**Hauptversammlung 2023
NORMA GROUP SE**

Miguel Ángel López Borrego
Vorstandsvorsitzender / CEO

11. Mai 2023
Deutsche Nationalbibliothek, Frankfurt am Main

Miguel Ángel López Borrego, Interims-CEO der NORMA Group SE

Vielen Dank, Herr Hauptmann.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, verehrte Damen und Herren,

im Namen des gesamten Vorstandsteams begrüße auch ich Sie zur heutigen Hauptversammlung der NORMA Group SE. Ich freue mich, dass wir uns nach drei Jahren virtueller Hauptversammlung heute wieder in persona in Frankfurt treffen und in den persönlichen Austausch gehen können. – Schön, dass Sie alle gekommen sind!

Mein Name ist Miguel Ángel López Borrego. Ich habe zum Jahresanfang 2023 interimistisch den Vorstandsvorsitz der NORMA Group SE übernommen. Somit ist es heute meine Aufgabe Ihnen über das Geschäftsjahr 2022 und die ersten Monate des laufenden Jahres zu berichten.

Im zweiten Teil meines Vortrags wollen wir dann gemeinsam auf das schauen, was wir in den letzten Wochen und Monaten an konkreten Plänen entwickelt haben, um die NORMA Group strategisch und operativ wieder auf Kurs zu bringen.

Wie Sie bereits von unserem Aufsichtsratsvorsitzenden gehört haben, werde ich mein Amt zum 1. Juni 2023 an den neuen Vorstandsvorsitzenden der NORMA Group, Herrn Guido Grandi, übergeben. Ich freue mich, dass es dem Aufsichtsrat gelungen ist, in so

kurzer Zeit einen Kandidaten zu finden, der sowohl die Kompetenzen als auch die Erfahrungen mitbringt, um die NORMA Group konsequent weiter auf dem Weg in eine erfolgreiche Zukunft zu führen.

Ich selbst werde wieder in den Aufsichtsrat der NORMA Group zurückkehren und die nächsten Entwicklungsschritte der Gesellschaft aus dieser Position weiterhin eng begleiten.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, lassen Sie uns nun direkt einsteigen und gemeinsam auf das Jahr 2022 zurückblicken.

2022: Enorme externe Herausforderungen



Auch wenn wir nach den beiden anstrengenden Pandemie Jahren alle auf ruhigeres Fahrwasser und eine höhere Visibilität gehofft hatten: Das Jahr 2022 hielt wieder große und unerwartete Herausforderungen bereit.

Zwei wesentliche Faktoren sind zu nennen:

2022: Enorme externe Herausforderungen



1. Der Krieg zwischen Russland und der Ukraine
2. Die anhaltenden Corona-Restriktionen, vor allem in China

Im Februar 2022 begann ein Krieg in Europa, der neben den katastrophalen humanitären Auswirkungen auch massive Belastungen für die Wirtschaft mit sich brachte.

2022: Enorme externe Herausforderungen



Die weltweiten Effekte waren enorm und betrafen auch die NORMA Group: Beispielsweise stiegen die Preise für Energie und Rohstoffe auf bisher nicht gekannte Höhen.

Für unsere Produkte benötigen wir hochwertige Grundstoffe. Vielfach verarbeiten wir Sonderlegierungen und spezielle Gummi- und Kunststoffmischungen, die 2022 besonders knapp und damit auch besonders teuer waren. Hinzu kamen deutlich höhere Kosten für Logistik und Transport.

Ein weltweit nachgebendes Wachstum – damit einhergehend hohe Inflationsraten – und starke geopolitische Unsicherheiten. In diesem Umfeld trübte sich die konjunkturelle Stimmung 2022 deutlich ein und führte zu einer stark schwankenden Nachfrage, vor allem in Europa.

Ein weiterer wesentlicher Einflussfaktor auf die Geschäftsentwicklung 2022 waren die über weite Teile des Jahres noch bestehenden Einschränkungen aufgrund der Corona-Pandemie. Besonders betroffen war der asiatische Raum. Dort lag die Wirtschaft mit der Null-COVID-Politik der chinesischen Regierung nahezu brach.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, die Umfeldbedingungen im Jahr 2022 waren alles andere als günstig.

In diesem schwierigen Umfeld haben wir trotzdem intern viel bewegt und wichtige zukunftsweisende Maßnahmen und Projekte umgesetzt:



Wir haben unsere europäischen Kapazitäten neu geordnet und die bisher in Gerbershausen hergestellten Produktgruppen innerhalb Europas transferiert. Der Standort Gerbershausen wurde zum Ende des vergangenen Jahres geschlossen. Diese Maßnahme war ein schwerer, aber auch wichtiger Schritt, um künftig effizienter und wettbewerbsfähiger agieren zu können. In der Umsetzung war das Projekt allerdings komplexer und kostenintensiver als ursprünglich geplant. Wir setzten beispielsweise verstärkt Leiharbeitskräfte ein, um unsere Lieferverpflichtungen bestmöglich zu erfüllen. Hinzu kamen sehr hohe Extrakosten für Sondertransporte und Logistik.



Darüber hinaus haben wir 2022 mit der intensiven Implementierung eines konzernweiten IT-Systems ein weiteres zukunftsweisendes Projekt vorangetrieben. Einheitliche IT-Standards bringen deutliche Effizienzsteigerung, vermindern Prozessrisiken und sorgen zudem für einen verbesserten standortübergreifenden Austausch von Wissen und Ideen. Kurzum: Dieses Cloud-basierte System, das auch 2023 konsequent weiter ausgerollt wird, vereinfacht die Abläufe und wird so die tägliche Arbeit unserer Mitarbeiter spürbar erleichtern.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, auch wenn die beiden letztgenannten operativen Umsetzungen wichtige strategische Zukunftsschritte für die NORMA Group darstellen, brachten sie erhebliche Kostenbelastungen in einem ohnehin von großen Herausforderungen geprägten Geschäftsjahr mit sich.

Die Gesamtsituation führte dazu, dass die NORMA Group ihre Prognose für die bereinigte EBIT-Marge und den operativen Netto-Cashflow im Spätsommer 2022 zurücknehmen musste.

Lassen Sie uns konkret werden und gemeinsam einen Blick auf die wesentlichen Kennzahlen der NORMA Group im Geschäftsjahr 2022 werfen:



Konzernumsatz:	EUR 1.243,0 Mio.
Organisches Wachstum:	7,1 %
Bereinigtes EBIT:	EUR 99,0 Mio.
Bereinigte EBIT-Marge:	8,0 %
Bereinigtes Periodenergebnis:	EUR 56,0 Mio.
Bereinigtes Ergebnis je Aktie:	1,75 EUR
Operativer Netto-Cashflow:	EUR 65,3 Mio.
Eigenkapitalquote:	45,2 %

Der Konzernumsatz der NORMA Group ist 2022 im Vergleich zum Vorjahr organisch um 7,1 Prozent auf gut 1,2 Milliarden Euro gestiegen. Insgesamt betrug das Umsatzplus 13,8 Prozent. Das Wachstum ist vor allem auf die erfolgreiche Weitergabe der gestiegenen Einstandskosten an die Kunden zurückzuführen. Währungseffekte hatten mit 6,7 Prozent einen ebenfalls deutlich positiven Effekt auf die Umsatzentwicklung.

Erfreulich ist dabei, dass wir in all unseren regionalen Segmenten – EMEA, Amerika und Asien-Pazifik – und über beide Vertriebswege – der Bereich der standardisierten und der hochentwickelten Verbindungstechnologie – solide Zuwächse generieren konnten.

Besonders herauszustellen ist die Entwicklung in Amerika und hier vor allem die des US-Wassergeschäfts, das im Vorjahresvergleich organisch um mehr als 12 Prozent zulegen und sich damit abermals solide entwickelte. Der über das gesamte Jahr starke US-Dollar beflügelte die Entwicklung zusätzlich.

Das Geschäft in Asien-Pazifik war durch die Corona-Restriktionen im wichtigen Markt China noch stark belastet. Dank der erfolgreichen Neuverhandlung von Preisen, einer Belebung der Nachfrage aus dem Automobilssegment in der zweiten Jahreshälfte und Rückenwind durch Währungseffekte, konnte auf Jahressicht ein Umsatzplus generiert werden. Organisch entwickelte sich das Geschäft in Asien-Pazifik jedoch mit 2,6 Prozent rückläufig und blieb somit deutlich hinter unseren ursprünglichen Erwartungen zurück.

Für die Region EMEA war 2022 ein besonders schwieriges Jahr: Produktionsunterbrechungen der Automobilhersteller und -zulieferer durch den Ukraine-Krieg, hohe Inflation und Sorgen um die konjunkturelle Entwicklung führten zu einer insgesamt gebremsten Nachfrage. Nichtsdestotrotz erzielte die NORMA Group in der Region EMEA ein organisches Umsatzwachstum von 6,1 Prozent.

Das um Abschreibungen auf Kaufpreisallokationen bereinigte EBIT unterschritt mit 99,0 Millionen Euro 2022 den Vorjahreswert. Ursächlich waren die bereits beschriebenen externen Belastungen gepaart mit den umfangreichen internen Maßnahmen. Die bereinigte EBIT-Marge erreichte mit 8 Prozent exakt unseren korrigierten Planungswert.

Das bereinigte Periodenergebnis und das bereinigte Ergebnis je Aktie betragen 56 Millionen Euro, beziehungsweise 1 Euro 75 Cent.

Schauen wir nun auf die Finanzlage: Der operative Netto-Cashflow lag mit gut 65 Millionen Euro unter dem Vorjahresniveau, wobei die Eigenkapitalquote weiter auf 45,2 Prozent stieg.

Trotz aller Widrigkeiten lässt sich sagen: Die NORMA Group hat sich 2022 in einem sehr anspruchsvollen Umfeld gut behauptet und wichtige Schritte für künftiges Wachstum und höhere Effizienz eingeleitet. Unsere ursprüngliche Umsatzprognose eines mittleren bis einstelligen Konzernumsatzwachstums haben wir erreicht.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, neben den finanziellen Kennzahlen möchte ich ebenso auf die strategischen und operativen Erfolge im Jahr 2022 eingehen:

2022: Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit



10

Seit 2022 kommt der Strom an all unseren Produktionsstätten aus erneuerbaren Energiequellen. Wir haben unsere CO₂-Bilanz durch den Erwerb von Energiezertifikaten im Berichtsjahr um 89 Prozent verbessert.

Und unsere Wasser- und Energieverbräuche haben wir im Verhältnis zum Umsatz um jeweils zweistellige Prozentwerte senken können.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, wir beliefern nicht nur unsere Kunden mit Produkten und Lösungen, um Ressourcen zu schonen. Auch wir selbst tun unser Bestes, um immer nachhaltiger zu arbeiten.



Des Weiteren sind wir ein großes Stück bei der Lokalisierung unserer Aktivitäten vorangekommen:

Wir haben 2022 ein fünftes Werk in China eröffnet, und zwar in unmittelbarer Nachbarschaft des größten Automobilherstellers in Südchina. Mit unseren Standorten wollen wir nah am Kunden sein. Das ist uns in Guangzhou erneut gelungen.

Und ganz aktuell: Vor ein paar Tagen war ich bei der feierlichen Eröffnung des neuen Produktionsstandorts unserer Tochtergesellschaft NDS in Lithia Springs, in der Nähe von Atlanta. In dem neuen Werk werden Ventilkästen für Bewässerungssysteme und

Produkte zur Regenwasserableitung für den Groß- und Einzelhandelsvertrieb gefertigt. Damit erhöhen wir unsere Kapazitäten in dem für uns strategisch wichtigen Bereich Wassermanagement und stärken zudem unsere Präsenz in der Region Amerika.

Qualität weiter verbessert



12

Ebenso haben wir unsere Produktqualität weiter verbessert. Der Anteil fehlerhafter Teile ist um über 40 Prozent gesunken und auch die Qualitätsbeanstandungen pro Monat und Geschäftseinheit verminderten sich 2022 im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 27 Prozent.

Zudem werden alle Fertigungsstätten der NORMA Group nach internationalen Qualitätsstandards zertifiziert, damit wir eine global einheitliche hohe Produktqualität gewährleisten können. 25 unserer 27 Produktionsstätten sind bereits zertifiziert. Die Audits in China laufen bereits. Auch in Lithia Springs wird der Zertifizierungsprozess starten.



13

Die NORMA Group engagiert sich für Andere: Die Unterstützung sozialer, gemeinnütziger und kultureller Projekte im Umfeld unserer Standorte ist uns wichtig.

Unser langfristiges Projekt „NORMA Clean-Water“ läuft weiter. Wir tragen dazu bei, dass Familien Zugang zu sauberem Wasser erhalten. Die Initiative wurde ursprünglich in Indien gestartet, aktuell sind wir gemeinsam mit unserem Partner in Brasilien aktiv.

Darüber hinaus helfen wir unbürokratisch dort, wo Hilfe nötig ist: 2022 haben wir beispielsweise Schellen für die Reparatur von beschädigten Trinkwasser- oder Gasleitungen in die Ukraine geschickt und im Februar diesen Jahres die Opfer des Erdbebens in der Türkei und in Syrien monetär unterstützt.

Und nicht zuletzt engagieren sich unsere Mitarbeiter weltweit im Rahmen des „NORMA Help Days“. Die Projekte sind so unterschiedlich wie die lokalen Bedürfnisse und reichen von Essens-, Kleider- oder anderen Sachspenden über Renovierungs- oder Reinigungseinsätzen

bis hin zu Aktionen in sozialen Einrichtungen in der Nähe der Standorte.

Wir arbeiten hier dezentral und unterstützen persönlich und individuell.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, sehr verehrte Damen und Herren, damit möchte ich meine Ausführungen zum Jahr 2022 beschließen und Ihnen berichten, was sich in den ersten Monaten des Jahres 2023 bei der NORMA Group getan hat.

Q1/2023: Leichtes Wachstum



14

Im ersten Quartal diesen Jahres ist der Umsatz der NORMA Group im Vergleich zum Vorjahreszeitraum organisch um 2,1 Prozent auf 315 Millionen Euro gewachsen. Das Plus erzielten wir vor allem durch die Weitergabe von gestiegenen Preisen an die Kunden.

Positiv ist, dass die Region EMEA wieder ansprang und beide Vertriebswege – sowohl das Geschäft mit standardisierten als auch mit

hochentwickelten Verbindungslösungen – im Volumen wuchsen. Nicht nur in der Region EMEA, sondern auch in Amerika zeigte sich die Automobilindustrie wieder deutlich bestellfreudiger.

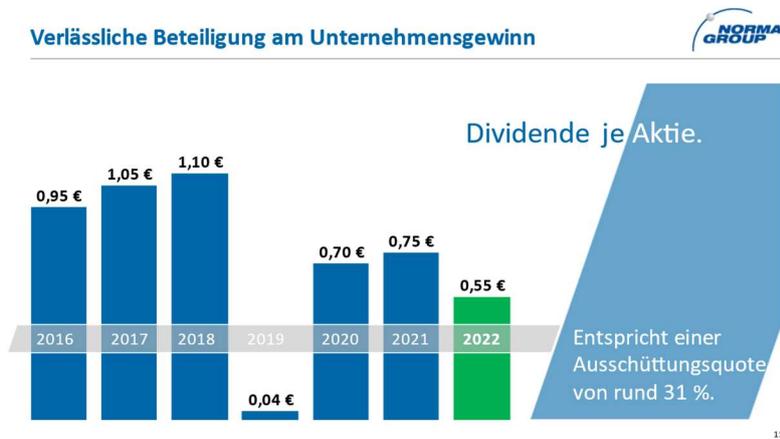
Das im letzten Jahr so dynamische Wassergeschäft in Amerika knickte im 1. Quartal allerdings witterungsbedingt ein. Auslöser waren starke Regenfälle in der westlichen Region, wodurch das Geschäft stark beeinflusst wurde.

Und die Region Asien-Pazifik leidet immer noch unter den Auswirkungen der Pandemie. Hinzu kam die Verzögerung eines staatlichen Projektes in Indien. So fielen die Umsätze in den ersten drei Monaten hinter dem starken Vorjahresquartal zurück.

Trotz des insgesamt leichten Umsatzplus und einer im Vergleich zum Vorjahr wieder niedrigeren Materialeinsatzquote fiel das bereinigte EBIT mit 22,6 Millionen Euro schwächer als im vergangenen Geschäftsjahr aus. Höhere personalbezogene Aufwendungen, weiterhin hohe Kosten für Fracht und Logistik sowie Ausgaben für Lizenzen und Beratung in Verbindung mit unseren IT-Projekten, drückten als sonstige betriebliche Aufwendungen das bereinigte Ergebnis. Die bereinigte EBIT-Marge lag damit bei 7,2 Prozent.

Der operative Netto-Cashflow betrug minus 44,8 Millionen Euro. Ursächlich für den Rückgang ist vor allem der seit Jahresende 2022 saisonal bedingte stärkere Aufbau des Working Capital.

Alles in allem hat sich das Geschäft der NORMA Group in den ersten drei Monaten 2023 im Rahmen unserer Erwartungen entwickelt.



Verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, es ist uns ein Anliegen Ihnen als unsere Eigentümer ein verlässlicher Partner zu sein – so wie wir das auch für unsere Kunden, Lieferanten und Mitarbeiter sein wollen. Uns ist klar, dass Sie mit der Entwicklung der NORMA Group in den vergangenen gut 15 Monaten nicht voll zufrieden sein können. Wir sind jedoch zuversichtlich, dass sich die Rendite der NORMA Group im Verlauf des Jahres 2023 wieder auf ein höheres Niveau bewegen wird.

Unserer stabilen Dividendenpolitik möchten wir deshalb treu bleiben. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen Ihnen für das Geschäftsjahr 2022 eine Dividendenzahlung von 55 Cent pro Aktie vor. Das entspricht einer Ausschüttungsquote von gut 31 Prozent. Sie liegt damit erneut in unserem Zielkorridor einer 30- bis 35-prozentigen Ausschüttung vom bereinigten Periodenergebnis.



16

Meine Damen und Herren, ich persönlich habe das Jahr 2022 zunächst aus der Perspektive eines Aufsichtsratsmitglieds verfolgt. Naturgemäß haben wir wenig direkten Kontakt mit den Mitarbeitern vor Ort. In meinen ersten Wochen als Interims-CEO habe ich dann unmittelbar zahlreiche Standorte der NORMA Group besucht und war sehr beeindruckt von den Teams vor Ort. Es war eine Freude zu sehen, wie offen die Kollegen sind, welche herausragende Kompetenz im Unternehmen vorhanden ist und wie sehr die Teams darauf brennen, das Unternehmen voranzubringen. Ich habe viele sehr gute Gespräche geführt, Team-Spirit gespürt und unbezahlbare Anregungen mitgenommen, was wir noch besser machen können.

Deshalb möchte ich gerne die Arbeit jedes einzelnen der rund 8.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der NORMA Group würdigen, die Tag für Tag – auch in diesen besonders herausfordernden Zeiten – ihr Bestes für das Unternehmen geben und auch weiterhin mit Kraft und Energie dabei sind. Denn wir haben uns viel vorgenommen für dieses Jahr.



Vielleicht haben Sie es bereits mitbekommen. Vor zwei Tagen haben wir unser neues Wachstums- und Effizienzprogramm „Step Up“ vorgestellt.

„Step Up“ ist ein mittelfristiger angelegter Maßnahmenplan. Er ist in den letzten Wochen in enger Abstimmung mit den strategischen Geschäftseinheiten erarbeitet worden. Wir sind mit dem gesamten oberen Führungsteam in Klausur gegangen und haben jeden einzelnen Stein umgedreht. Die aktuelle Unternehmenssituation wurde schonungslos analysiert. Dabei haben wir uns unsere Schwächen und Fehler ebenso genau angeschaut wie unsere Stärken und Kompetenzen. Im Team wurden daraus strategische und operative Optionen abgeleitet und organisatorische Optimierungen erarbeitet.

Mithilfe des Programms wollen wir wieder nachhaltiges profitables Konzernwachstum generieren und unsere operative Effizienz weiter verbessern. Dafür werden wir all unser Know-how, unsere Innovationskraft und unsere Marktpräsenz einsetzen.

Vor allem aber werden wir unser gesamtes Handeln an den Bedürfnissen unserer Kunden ausrichten.

Kundennähe weiter verbessern, Chancen nutzen



18

Mit unseren Standorten weltweit sind wir nah an unseren Kunden. Jetzt wollen wir unseren Abnehmern nicht nur räumlich, sondern auch gedanklich noch näherkommen. Wir wollen Kundenbedürfnisse durch einen engen Austausch frühzeitig antizipieren und diese noch gezielter in innovative, verlässliche und nachhaltige Produkte und Leistungen überführen. „Think local, act local“. So generieren wir Wettbewerbsvorteile.

Wie das genau aussehen soll, werde ich Ihnen in wenigen Minuten detaillierter darlegen.



Mit unseren drei strategischen Geschäftseinheiten sind wir bestens aufgestellt, um die Chancen zu nutzen, die sich aus den Megatrends Klimawandel und Ressourcenknappheit ergeben.

Wir verfügen über ein breites und tiefes Produkt- und Leistungsportfolio für „Wassermanagement“, „Industrieanwendungen“ und „Mobilität & Neue Energien“.

Konkret adressieren wir gezielt die Zukunftsmärkte Wassermanagement und Elektromobilität.

Neben dem Wachstum aus eigener Kraft sondieren wir kontinuierlich potenzielle Targets, beispielsweise zur sinnvollen Ergänzung des Wassergeschäfts in Europa.

Gerade im Wassermanagement und bei Industrieanwendungen sehen wir deutliche Wachstumspotenziale für uns. In diesen beiden strategischen Geschäftseinheiten wollen wir ein stabileres Geschäft generieren, während wir bei Mobilität & Neue Energien selektiver

agieren und nur solche Aufträge annehmen, die innerhalb unseres Zielmargenkorridors liegen.

Hierfür wollen wir das Konzept der strategischen Geschäftseinheiten konsequent in die Organisation umsetzen.



Was heißt das im Klartext?

Die drei strategischen Geschäftseinheiten werden deutlich autarker werden. Diese stärkere Unabhängigkeit bezieht sich auf das operative Geschäft, aber ebenso auf strategische Entscheidungen, wie Investitionen in Anlagen, Personal und Produkte.

- Ist es sinnvoll, Entwicklungskapazitäten in Produkt **X** zu investieren?
- Stellen wir Produkt **Y** selbst her, oder ist es hinsichtlich Kosten und Kapazitätsnutzung sinnvoller extern fertigen zu lassen?
- Wie können wir Prozess **Z** adaptieren, um noch effektiver und effizienter agieren zu können?

Diese und ähnliche Fragen sollen künftig primär in den strategischen Geschäftseinheiten diskutiert werden – selbstverständlich eingebunden in die Konzernstrategie und die übergeordnete Zielsetzung.



So wollen wir noch kundennäher und umsetzungsschneller sein, vorhandene Kapazitäten optimal nutzen und dadurch insgesamt effizienter und profitabler werden.

Unser Fokus liegt klar darauf, den Kunden ins Zentrum aller Unternehmensaktivitäten zu stellen und die Kundenzufriedenheit so weiter zu steigern. Dafür werden wir messbare Ziele und konkrete Maßnahmen für Fortschritte definieren.

Hier ein paar ausgewählte Beispiele aus dem Programm:

- Wir wollen unsere Kunden termingerecht beliefern – nicht zu spät und auch nicht zu früh.
- Wir werden unsere Lagerbestände optimieren und so maximale Lieferfähigkeit bei minimalen Vorratsbeständen sicherstellen.

- Wir planen die Komplexität unserer Lieferketten zu reduzieren. Dazu gehört die stetige kritische Überprüfung der Sortimente ebenso wie die noch striktere Koordination unserer Logistikketten.
- Letztlich wollen wir Projekte einheitlicher und transparenter steuern. Damit haben wir unsere Profitabilitätsziele jederzeit fest im Blick und können unmittelbar gegensteuern, sollte dies notwendig werden.

Verbesserter Dialog



22

Die definierten Effizienzmaßnahmen wollen wir zielgerichtet umsetzen, und die Impulse aus den strategischen Geschäftseinheiten zum Vorteil des Gesamtkonzerns nutzen. Dazu wird auch das interne Reporting noch stärker an Zielen und Maßnahmen ausgerichtet und mit noch eindeutigeren Verantwortlichkeiten unterlegt. Die bereits genannte Vereinheitlichung unserer IT-Systeme und der verstärkte Mitarbeiterdialog über Regionen und Geschäftsfelder hinweg stellen dabei eine wesentliche Erfolgskomponente dar.

Das Geschäft der NORMA Group soll künftig stabiler und berechenbarer werden – mit engen Kundenbeziehungen als feste Basis.

2023 mit klaren Zielvorgaben



Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, auch 2023 wird von geopolitischen Spannungen, Unsicherheiten an den Energie- und Rohstoffmärkten und einer hohen Inflation geprägt sein. In den letzten Wochen und Monaten haben wir einen leichten Entspannungstrend bei den Preisen für Standardmaterialien wahrnehmen können. Spezialprodukte bleiben allerdings weiterhin teuer.

Mit Blick auf unsere Auftragsbücher und die prognostizierte Entwicklung wichtiger Kundenindustrien sind wir respektvoll, aber auch optimistisch im Verlauf des Jahres einen positiven Trend bei Umsatz und Ertrag zu erarbeiten. Es ist priorisiertes Ziel der NORMA Group die gesteckten Ziele 2023 zu erreichen. Dementsprechend hält der Vorstand unverändert an der Prognose für das Jahr 2023 fest.

Mittelfristig wollen wir mit dem vorgestellten Programm Step Up wieder zu einem nachhaltig profitablen Konzernwachstum zurückkehren. Über die Umsetzungsfortschritte wird Sie fortan das neue Vorstandsteam – Herr Grandi, Herr Dr. Heymann und Frau Stieve – regelmäßig informieren.

Auch der Aufsichtsrat wird sein Möglichstes leisten, damit Sie mit Ihren Anteilen an der NORMA Group über ein langfristig attraktives Investment verfügen.

Die NORMA Group ist ein leistungsstarkes Unternehmen mit einem zukunftsfähigen Produkt- und Leistungsportfolio, engagierten und fähigen Teams und hoher Innovationskraft. – Es steckt noch viel Potenzial in der NORMA Group. Davon konnte ich mich in den letzten Monaten selbst überzeugen.

Abschließend kann ich sagen: Die NORMA Group ist auf einem guten Weg!



Meine sehr verehrten Damen und Herren, ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit und gebe das Wort zurück an unseren Aufsichtsratsvorsitzenden, Herrn Hauptmann.