



Generalversammlung Oerlikon 2019

Rede des Verwaltungsratspräsidenten, Prof. Dr. Michael Süss

46. Generalversammlung der
OC Oerlikon Corporation AG, Pfäffikon
Dienstag, 9. April 2019
KKL, Luzern

– Es gilt das gesprochene Wort –



Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr geehrte ehemalige und aktive Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unseres Hauses,
liebe Lernende,
liebe Kolleginnen und Kollegen der Konzernleitung

Ich begrüsse Sie sehr herzlich hier in Luzern zur diesjährigen Generalversammlung.

Sie kennen sicher das Sprichwort: „Eine Schwalbe macht noch keinen Sommer.“ Wenn aber ihr Unternehmen, seit Jahren – Quartal für Quartal und so zuverlässig wie ein Schweizer Uhrwerk – die Erwartungen seiner Aktionärinnen und Aktionäre sowie des Kapitalmarkts erfüllt oder sogar übertrifft, dann kann man mit gutem Gewissen von einem Trend sprechen. Dann ist es wirklich ein Sommer!

Und so ist es für mich zu einer schönen, wenngleich nicht selbstverständlichen Tradition geworden, dass ich in meiner Rede vor der Generalversammlung des Oerlikon Konzerns über ein weiteres hervorragendes Geschäftsjahr berichten kann.

2018 war das beste der letzten vier Jahre und insgesamt eines der erfolgreichsten in der Geschichte Ihres Unternehmens!

Der Umsatz und der Bestellungseingang des Konzerns stiegen um deutlich mehr als 20 %. Der Oerlikon Konzern, meine Damen und Herren, wirtschaftete im Jahr 2018 aber auch hochprofitabel. Von der operativen Profitabilität bis zum Reingewinn verzeichneten wir ein starkes Wachstum. Die Details werden Ihnen Roland Fischer und Jürg Fedier in ihren Berichten im Anschluss erläutern.

Nur so viel möchte ich hier bereits erwähnen: Beide Segmente haben zu dieser hervorragenden Performance beigetragen. Einerseits sahen wir die starke Leistung des Segments Manmade Fibers, getragen von der deutlichen Erholung des Marktes. Andererseits zeigte auch das Segment Surface Solutions einen starken Umsatzanstieg und eine positive Entwicklung des EBITDA.

Lassen Sie mich ein kurzes Fazit der beiden Segmente geben, bevor ich den Blick nach vorne richte und Ihnen berichte, wie wir unser Unternehmen erfolgreich weiterentwickeln.

Die Strategie, die wir 2015 definiert haben, ruht auf zwei Pfeilern: Zum einen fokussieren wir uns auf jene Bereiche, in denen wir besonders kompetent sind, zum anderen setzen wir nur noch auf attraktive Wachstumsmärkte, in denen wir eine Spitzenposition einnehmen.

Wir haben über die letzten Jahre hinweg bewiesen, dass wir den Konzern erfolgreich von einem Industriekonglomerat in ein fokussiertes Unternehmen umgestalten können, indem wir weltmarktführende Positionen einnehmen. Dabei ruhen wir uns nicht auf dem Status quo aus, sondern wir entwickeln und besetzen konsequent wichtige Zukunftsmärkte wie die additive Fertigung und Digitalisierung.

Auch im vergangenen Jahr hat Roland Fischer mit seinem Team die Strategie geradlinig und sehr erfolgreich umgesetzt und gezeigt, dass diese aufgeht. Wir haben auch demonstriert, dass wir die Volatilität in einem Geschäft wie Manmade Fibers sehr gut beherrschen können. Viele von Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, haben die Umsatzentwicklung von über 1 Milliarde Schweizer Franken im Jahr 2014 auf 481 Million vor zwei Jahren und jetzt wieder zurück auf über 1 Milliarde miterlebt. Solche Schwankungen bedürfen eines starken und erfahrenen Managements, das die



richtigen – oft unangenehmen – Entscheidungen trifft und so die Wertschöpfung in allen Phasen sichert. Dafür spreche ich Georg Stausberg und seinem Team meinen grossen Dank aus!

Ein Beispiel ist die Fokussierung: Nachdem wir 2016 in einem ersten entscheidenden Schritt unserer Strategie das Segment Vacuum verkauft hatten, folgte im vergangenen Jahr nun eine besonders wichtige Portfoliobereinigung: der Verkauf des Segments Drive Systems an Dana Incorporated, den wir im Februar 2019 abgeschlossen haben.

Der gute Verkaufserlös von 625 Millionen Schweizer Franken ist nicht zuletzt das Ergebnis intensiver Restrukturierungs- und Repositionierungsbemühungen. Unter anderem reduzierten wir die Produktlinien, verschlankten und optimierten Prozesse und konzentrierten das Geschäft auf profitable Produkte und Bereiche wie Hybrid- und E-Drive-Lösungen.

Unsere liquiden Mittel setzen wir sehr gezielt ein, um uns in den Wachstumsfeldern zu verstärken. Allerdings folgt unsere Akquisitionsstrategie ganz klar der Prämisse „kein Kauf um jeden Preis“. Hier sind Disziplin und unternehmerische Umsicht geboten – schliesslich sorgten die letzten Jahre mit ihren hohen Bewertungen eher für einen Verkäufermarkt. Davon haben wir bei unseren diversen Devestitionen zugegebenermassen profitiert.

Das gegenwärtige Marktumfeld ist von hoher Volatilität und Unsicherheit geprägt. Protektionismus und anhaltende Handelsstreitigkeiten prägen das globale Umfeld. Daher gehen wir davon aus, dass sich Bewertungen reduzieren und die Position der Käufer sich sukzessive verbessern wird. Wer hier unüberlegt oder gar getrieben zukauf, vernichtet Wert, und das ist nicht das, was Sie, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, von uns erwarten.

Deshalb handeln wir umsichtig und beobachten den Markt sowie die sich bietenden Möglichkeiten für Übernahmen sehr genau. Im Jahr 2018 konnten wir trotz dieser Umsicht sechs Technologieübernahmen abschliessen, mit denen wir teilweise neue Märkte erschliessen, teilweise aber auch unsere Kompetenzen erweitern.

Auf einige dieser Übernahmen komme ich gleich zurück, wenn ich Ihnen einen Überblick über unsere Innovations- und Wachstumsstrategie gebe.

Mit Blick auf die gute Situation bei Oerlikon stellen Sie sich sicher die Frage, woher unsere Stärke derzeit stammt.

Nun, zum einen haben wir 2018 ein starkes organisches Wachstum erzielt.

Dieses Wachstum setzen wir konsequent fort: In jedem Jahr eröffnen wir mindestens zwei oder drei neue Beschichtungszentren. Gleichzeitig bauen wir die Kapazitäten an den bestehenden Standorten aus. Unser Ziel ist es, so viele unserer Dienstleistungen wie möglich in unmittelbarer Nähe unserer Kunden zu erbringen.

Kundennähe ist ein weiterer wichtiger Punkt auf unserer Wachstumsagenda. Künftig wollen wir für unsere Kunden noch besser erreichbar sein, damit wir noch schneller auf ihre Bedürfnisse reagieren können.



Derzeit verfügen wir weltweit über 175 Standorte, an denen wir wichtige Dienstleistungen anbieten. Diese reichen vom Verkauf über Key-Account-Management, Anlagenproduktion und Beschichtungen bis hin zum Aftersales-Service. Die Zahl der Standorte werden wir gezielt und strategisch weiter ausbauen.

Mit der Nähe zu unseren Kunden sehen wir uns nicht nur als Dienstleister, sondern vor allem als Partner, der sehr früh in die Lösungsfindung mit eingebunden wird. Nur so können wir schnell und sehr kundenspezifisch auf neue Anforderungen reagieren. Die Etablierung von 13 neuen oder erweiterten Produktions- und Servicestandorten ist Ausdruck dieser Strategie der konsequenten Ausweitung von Marktpräsenz und Kundennähe.

Neben der reinen Expansion wollen wir aber auch die Effizienz unseres globalen Netzwerks weiter steigern. Digitalisierung und Internet of Things bieten hierbei Chancen, die Auslastung, Vernetzung und effiziente Nutzung zu optimieren. Visionär zu Ende gedacht, könnte das einmal bedeuten: eine virtuelle Oerlikon Fabrik, bestehend aus unseren weltweiten Produktionsstandorten und Beschichtungszentren, zum Vorteil unserer Kunden und zur Wertsteigerung im Hinblick auf unser Unternehmen.

Das, meine Damen und Herren, bringt mich zu der Frage, auf welche Technologien, auf welche Entwicklungen und Innovationen wir setzen, um unsere Marktposition weiter auszubauen und unsere Geschäfte weiterzuentwickeln.

Wer stehen bleibt, so heisst es, fällt zurück. Gerade deshalb investieren wir einen Gutteil unserer Erlöse in eigene Forschung und Entwicklung. Entsprechend gut gefüllt ist unsere Innovationspipeline für die nächsten Jahre. Für Forschung und Entwicklung geben wir auch weiterhin mehr als 4 % unseres Umsatzes aus.

Denn mit beiden unserer Segmente streben wir eine technologische Spitzenposition im Markt an. Und in vielen Bereichen haben wir diese bereits. Dass sich der finanzielle Aufwand bei der Entwicklung neuer Produkte und Lösungen lohnt, zeigt der sogenannte Vitality-Index. Diese Kenngrösse gibt den Umsatzanteil von Neuprodukten der letzten 5 Jahre an.

Im Geschäftsjahr 2018 lag der Vitality-Index des Konzerns bei 25 %, das heisst, 25 % unseres Umsatzes haben wir mit Neuprodukten erzielt. Damit befinden wir uns schon in der Oberklasse der Industrie. Aber wir wollen noch besser werden. Der Plan lautet: ein Neuproduktumsatz von mindestens 28 % ab dem Jahr 2022. Dafür arbeiten wir an einem ehrgeizigen Innovationsplan, der sich in zahlreichen Patentanmeldungen niederschlägt.

87 Patentanmeldungen allein im letzten Jahr ist eine beachtliche Zahl und, bezogen auf unser Wettbewerbsumfeld, klar überdurchschnittlich. Patente allein machen aber noch keine Innovationskraft aus, denn wie es so schön heisst:

Forschung ist die Umwandlung von Geld in Wissen, Innovation ist die Umwandlung von Wissen in Geld.

Wir wollen vor allem Letzteres. Und deshalb prüfen wir sehr genau, wo wir mit Innovationen auf einen interessanten Markt treffen können. Unsere Technologien richten wir vor allem auf einen wesentlichen Trend aus: den Trend zu einem bewussteren Umgang mit natürlichen Ressourcen.



Bei meinem Besuch des Weltwirtschaftsforums in Davos im Januar dieses Jahres konnte ich quer über alle Branchen und Kontinente hinweg eine klare Tendenz dahingehend spüren, wirtschaftliches Wachstum nicht weiter auf Kosten von Umwelt und Gesundheit zu erzielen. Vielmehr, so die wachsende Meinung in der globalen Wirtschaft, darf Wachstum kein Raubbau sein.

Der Klimawandel steht bei den allermeisten Nationen ganz oben auf der Liste der Herausforderungen. Eine weitere fundamentale Aufgabe ist auch das Thema „Wasser“.

Wir spüren diesen Trend hin zum Ressourcenschutz in all unseren Märkten.

Die Herstellung von Chemiefasern beispielsweise hat nicht zuletzt deshalb so hohe Zuwachsraten, weil sie weitaus weniger Wasser verbraucht als der Anbau und die Herstellung von Naturfasern.

Um es plastisch darzustellen: 11 000 Liter Wasser benötigt man, um 1 Kilo Baumwolle zu produzieren. Das entspricht etwa fünf T-Shirts. 11 000 Liter Wasser verbraucht eine vierköpfige Schweizer Familie normalerweise in einem ganzen Monat!

Ein weiteres Beispiel sind Beschichtungslösungen für die Automobilindustrie. Wenn Autobauer davon sprechen, dass sie viel für den Ressourcenschutz unternehmen, meinen Sie Zulieferer wie uns, die mit Topinnovationen signifikante Verbesserungen erzielen.

Unsere SUMEBore™-Beschichtungen für Motorzylinder etwa reduzieren den Kraftstoffverbrauch um bis zu 4 %. Und nicht nur das. Sie reduzieren auch das Motorgewicht, weil auf Gusseisen verzichtet werden kann. Überdies senken sie dank herausragender Oberflächeneigenschaften den Ölverbrauch um bis zu 82 %. Die mit SUMEBore beschichteten Zylinder laufen bereits in mehr als 1 Million Autos.

Ein weiteres Beispiel sind unsere umweltfreundlichen Bremsscheibenlösungen mit der BALITHERM®-IONIT-OX-Technologie, die zu einer deutlichen Reduzierung der Bremsstaubemissionen beitragen.

Wissenschaftler haben die Feinstaubbelastung mit einer Vielzahl von Krankheiten in Verbindung gebracht, von Herzerkrankungen bis hin zur Schlafstörung. Um dieses Problem zu lösen, entwickelten die Oerlikon Ingenieure eine innovative Doppelbeschichtung, die im Vergleich zu herkömmlichen Scheiben den Staubabrieb bei gusseisernen Bremsscheiben um 50 % reduziert. Darüber hinaus erhöht diese Beschichtung die Lebensdauer der Bremsscheiben um das Dreifache!

Das bedeutet: Es muss dreimal seltener eine neue Scheibe hergestellt werden, was wiederum alle Ressourcen schont.

Apropos Verschleiss: Bohrer mit Oerlikon Beschichtung ermöglichen es beispielsweise, mehr als 350 Löcher mit dem gleichen Werkzeug zu bohren. Herkömmliche Bohrer schaffen etwa 60 Löcher, bevor sie ausgetauscht werden müssen. Oerlikon Beschichtungen führen also zu einer deutlich höheren Effizienz in den Produktionsprozessen.

Oder denken Sie an kleine Dinge, etwa Präzisionswerkzeuge. Mit Oerlikon Technik beschichtet, verbessert sich deren Leistung um das Zehnfache! Das bedeutet eine zehnmals längere Lebensdauer und damit einen Gewinn für die Bilanz unserer Kunden und für die Umwelt.

Ein anderes wichtiges Thema sind Schadstoffe, die in Beschichtungsprozessen zum Einsatz kommen. Typischerweise verwendet man für alle Bereiche, in denen hochwertige Metalloberflächen auf Kunststoffteilen benötigt werden, schädliche Chemikalien wie Chrom-Derivate.



Wir haben mit dem Verfahren ePD, ausgesprochen „embedded PVD for design parts“, eine umweltfreundliche und zukunftsweisende Beschichtungsmethode entwickelt, die keinerlei Chrom-Derivate mehr benötigt. Auch der Energieaufwand ist sehr gering, und zurück bleibt schliesslich kein Sonderabfall, sondern ein Produkt, das vollständig recyclingfähig ist.

Überdies fällt beim ePD-Beschichtungsprozess kein Abwasser an. Der Wasserverbrauch einer standardisierten automatischen Verchromungsanlage beträgt durchschnittlich 480 Tonnen pro Tag. Dies entspricht dem Verbrauch eines durchschnittlichen europäischen Fünf-Personen-Haushalts in drei Jahren! Diese Technik schont damit wertvolle Ressourcen und schützt sowohl die Umwelt als auch unsere Gesundheit.

All dieses Wissen und diese Kompetenz im Bereich Oberflächentechnik nutzen wir, um auch in unserem jüngsten Geschäftsfeld, Additive Manufacturing, weiter voranzukommen. Das Marktpotenzial ist enorm:

Wenn man bedenkt, dass das globale Bruttoinlandprodukt pro Jahr etwa 80 Billionen Dollar beträgt und davon 30 % auf die Industrie entfallen, dann reicht schon die Umstellung von nur einem halben Prozent der Industrieproduktion auf Additive Manufacturing, um langfristig von einem 120 Milliarden Dollar Markt zu sprechen!

Als wir vor rund vier Jahren unsere Aktivitäten im Bereich der additiven Fertigung begonnen haben, war uns klar, dass wir in diesem neuen Technologiefeld nur mit einem Partnerschaftskonzept vorankommen und nur gemeinsam mit anderen Unternehmen und Institutionen wichtige Additive-Manufacturing - Prozesse und -Technologien entwickeln können. Auf dem Weg zur Industrialisierung dieser Produktionstechnologie zählt nämlich vor allem eines: Standards setzen und Wissensvorsprünge erarbeiten.

Unser Partneransatz war ein grosser Erfolg! Mit GE, Boeing, Lufthansa, Linde, TU München und der Bayerischen Staatsregierung haben wir ein starkes Kooperationsnetzwerk aufgebaut, das bereits heute wichtige Beiträge zur Industrialisierung der additiven Fertigung leistet.

In jüngster Zeit konnten wir diese Partnerschaften weiter vertiefen: Wir erhielten beispielsweise von Airbus den Qualified-Supplier-Status für unsere beiden Kundenzentren in Grossbritannien und Frankreich.

Und wir setzen bei Additive Manufacturing erfolgreich auf Technologieübernahmen. Ich erwähnte eingangs ja bereits, dass ich bei den jeweiligen Ausblicken noch einmal auf bestimmte Akquisitionen der jüngsten Zeit und vor allem des Jahres 2018 eingehen werde.

Ein sehr erfolgreicher Neuzugang war vor eineinhalb Jahren Scoperta, ein Start-up im Bereich Materialwissenschaften mit einer Big-Data-Anwendung zur schnellen Entwicklung von Metallpulverlegierungen. Mittlerweile ist das Team von Scoperta Teil unseres Segments Surface Solutions und jagt Jahr für Jahr zu immer neuen Geschwindigkeitsrekorden bei der Zusammenstellung maßgeschneiderter Legierungen.

Im vergangenen Jahr konnten wir für unser Additive-Manufacturing-Geschäft eine weitere Übernahme tätigen. Mit DiSanto kam ein Unternehmen hinzu, das uns dabei helfen wird, den Medizintechnikmarkt zu erschliessen. Der Hersteller von chirurgischen Implantaten und Instrumentensystemen für den



operativen Einsatz hat sich in den vergangenen 25 Jahren ein bemerkenswertes Know-how im medizintechnischen Bereich erarbeitet.

Mit vier Jahren Erfahrung bei additiv hergestellten orthopädischen Implantaten passt das Unternehmen perfekt zu unserem Portfolio und zur Business Unit Additive Manufacturing. Damit werden wir unsere Position in diesem Markt deutlich stärken.

Unser Engagement für Additive Manufacturing zeigt, was wir unter einer langfristigen Strategie verstehen. Wenn man an die disruptive Kraft einer Technologie glaubt, braucht man auch einen langen Atem. Und den haben wir!

Wir nutzen dazu vor allem auch Synergien im eigenen Haus. Ein schönes Beispiel ist ein Business-Unit-übergreifendes Entwicklungsprojekt im Bereich Oberflächentechnik. Die Experten von Oerlikon Additive Manufacturing und Surface Solutions fanden einen Weg, die Oberfläche von Additive-Manufacturing-gefertigten Teilen optimal zu veredeln.

Erste Kundenprojekte, unter anderem mit einem Implantathersteller, stehen bereits an. Ich bin überzeugt, dass wir dadurch ebenfalls einen enormen Vorsprung im Markt erreichen.

Eine weitere wichtige Akquisition aus dem vergangenen Jahr wurde im Rahmen unserer Digitalisierungsstrategie getätigt. Insbesondere im Bereich der Filament-Anlagen bauen wir unsere starke Marktstellung aktuell durch Angebote für eine datentechnische Optimierung bestehender und neuer Anlagen aus. Wir stellen die Systeme auf einen durchgängig informationstechnisch vernetzten Produktionsprozess um.

Mit Industrie-4.0-Lösungen wie unserem Plant Operation Center optimieren wir Grossanlagen für Chemiefasern so, dass diese im Vergleich zu herkömmlichen Anlagen bis zu 30 % Energie einsparen.

Zudem haben wir uns jüngst mit einer weiteren strategischen Akquisition verstärkt: AC-Automation, einem bei Köln ansässigen Unternehmen mit mehr als 30 Jahren Erfahrung im Bereich der Anlagenautomatisierung. Deren Technologie dient dazu, grosse Spinnereien mit Datenpunkten zu vernetzen und so für Industrie 4.0 zu konvertieren.

Unsere Digitalisierungsstrategie ist freilich noch viel umfassender angelegt. Zurzeit führen wir verschiedene Digitalisierungsinitiativen in den Bereichen Automation, Robotik und Smart-Plant-Gesamtsysteme an. Darüber hinaus haben wir das Thema Internet of Things im Bereich der Digitalisierung als ein Zukunftsthema erkannt und uns an Kinexon beteiligt, einem Start-up, das Schlüsselfaktoren für das industrielle Internet of Things bereitstellt, nämlich Standort und Statuts. Erst dann können Dinge vollautomatisch miteinander interagieren und kommunizieren.

Schliesslich haben wir einen digitalen Hub in München eröffnet. Ein spezialisiertes Team verfolgt hier das Ziel, unsere Arbeit effizienter und produktiver machen, indem es digitale Denk- und neue Arbeitsweisen im Konzern implementiert.



Wie Sie sehen, meine Damen und Herren, nutzen wir alle Möglichkeiten, um unsere technologische Spitzenposition stetig auszubauen. Wir müssen und wollen dem Wettbewerb stets eine Nasenlänge voraus sein.

Wir wollen Branchen gestalten und neue Märkte entwickeln. Wir wollen Technologien etablieren und mit neuen Verfahren und Materialien ganze Industrien verändern. So können wir die Spielregeln im Markt bestimmen und Spitzenpreise für unsere Dienstleistungen und Lösungen erzielen.

Ergänzend zu unserer Innovations- und Marktstrategie entwickeln wir uns aber auch als Konzern strukturell weiter. Zu diesem Zweck implementierten wir beispielsweise gerade ein Culture-Change-Champion-Programm, um eine Kultur der Zusammenarbeit als One Oerlikon zu fördern.

Wir sehen noch grosse Effizienzpotenziale, die wir in der internen Zusammenarbeit ausschöpfen können, indem wir beispielsweise Vertriebsprozesse besser koordinieren und zwischen den Segmenten und Business Units die Zusammenarbeit und den Austausch von Best-Practice-Beispielen fördern.

Und wir achten darauf, dass unsere wertvollste Ressource immer wertvoller wird: nämlich unsere Mitarbeitenden!

Die Ergebnisse der letzten Mitarbeiterbefragung waren sehr ermutigend. Die gewonnenen Erkenntnisse lieferten die Grundlage für mehrere HR-Initiativen im vergangenen Jahr. Beispiele sind etwa das Führungskräfteentwicklungsprogramm „High Potential in Horizons“ sowie hochkarätige Teamworkshops, die dazu dienen, das Engagement und die Leistung der Mitarbeitenden zu fördern.

Zur strukturellen Weiterentwicklung gehören aber auch die Gremien des Konzerns. Im Brief an die Aktionärinnen und Aktionäre habe ich bereits angekündigt, dass wir die Industrieerfahrung im Verwaltungsrat erweitern wollen. Deshalb schlagen wir heute vor, mit Suzanne Thoma und Paul Adams zwei neue unabhängige Mitglieder in den Verwaltungsrat zu wählen.

Dadurch erhöht sich die Zahl der unabhängigen Verwaltungsratsmitglieder auf vier. Vor allem aber erhöht sich die strategische und operative Kompetenz, was uns dabei helfen wird, das Wachstum für unser Unternehmen im besten Sinne voranzubringen.

Suzanne Thoma bringt aus ihren verschiedenen Führungspositionen in der Energie-, Automobil- und Chemieindustrie genau jene Erfahrung mit, die wir als globaler Technologiekonzern brauchen. Mit seiner langjährigen Erfahrung in der Luftfahrtindustrie ermöglicht uns Paul Adams strategische Vorstösse in diesen attraktiven Wachstumsmarkt und die entsprechenden Kundenkreise.

Ich möchte Sie bitten, unserem Vorschlag zuzustimmen und die beiden ausgewiesenen Experten als Verwaltungsratsmitglieder von Oerlikon zu bestätigen.

Lassen Sie mich an dieser Stelle einen Dank an Jean Botti richten, der nach drei Jahren mit der heutigen Generalversammlung aus dem Verwaltungsrat ausscheidet. Jean Botti hat den Wunsch geäußert, sich massgeblich einem von ihm initiierten Projekt zur Elektrifizierung in der Luftfahrt zu widmen. Diesen Wunsch haben wir selbstverständlich respektiert, zumal er unserem Unternehmen freundschaftlich verbunden bleibt und wir weiterhin auf seinen Rat und seine Expertise zurückgreifen dürfen.



Zum Schluss meiner Ausführungen, meine sehr verehrten Damen und Herren, ist es mir ein grosses Anliegen, allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern dafür zu danken, dass sie den grossen Erfolg unseres Unternehmens im vergangenen Jahr möglich gemacht haben.

Mein besonderer Dank gilt auch Roland Fischer und seinem Management-Team. Gemeinsam haben sie mit viel Umsicht, aber auch zupackend die Konzernstrategie umgesetzt und mit dem sehr guten Geschäftsergebnis die Grundlage für weiteres positives Wachstum gelegt.

Die positive Unternehmensentwicklung wollen wir auch durch eine nachhaltige und wachstumsorientierte Dividendenpolitik demonstrieren. Deshalb beantragt der Verwaltungsrat für das abgelaufene Geschäftsjahr eine Ausschüttung von einem Schweizer Franken pro Aktie. Diese besteht aus einer unveränderten ordentlichen Dividende von 35 Rappen und einer Sonderdividende von 65 Rappen als Beteiligung der Aktionärinnen und Aktionäre am Erlös aus dem Verkauf des Segments Drive Systems. Sie werden heute darüber abstimmen können.

Ihnen allen, den Aktionärinnen und Aktionären, mit ihrem Vertrauen in uns, den Mitarbeitenden mit ihrem grossen Engagement und dem Management und dem Verwaltungsrat für die hervorragende Arbeit im vergangenen Jahr, möchte ich ein herzliches Dankeschön sagen!

Wir können mit Optimismus nach vorne blicken. Oerlikon ist dank seiner breiten und spitzentechnologischen Aufstellung selbst in politisch unruhigen Zeiten optimal für die Zukunft gerüstet.

Herzlichen Dank! [Applaus]

Damit darf ich nun das Wort an unseren CEO Roland Fischer für seinen Bericht zum abgelaufenen Geschäftsjahr 2018 übergeben. Roland, bitte.