

OSRAM-Rede HV am 16.02.2016

Sehr geehrte Damen und Herren, sehr geehrter Herr Vorsitzender,

mein Name ist Daniela Bergdolt, ich vertrete OSRAM-Aktionäre, die ihre Stimmrechte auf die Deutsche Schutzvereinigung für Wertpapierbesitz übertragen haben.

OSRAM hat im letzten Jahr das beste Ergebnis seines Bestehens geliefert. Es war also ein gutes Jahr, ein sehr gutes Jahr sogar. Leider ist dieses gute Ergebnis völlig in den Hintergrund getreten, da man für 2016 ein deutlich geringeres Ergebnis erwartet und die bekanntgegebene Strategie die Analysten nicht überzeugte. Infolge dessen brach der Kurs in sich zusammen. Er implodierte fast. OSRAM wurde richtiggehend „abgewatscht“.

Beim Transport der neuen Strategie in die Öffentlichkeit ging vieles schief. Da wurde manches falsch ausgedrückt, manches weggelassen und manches überbetont. Klar gesagt: das war ein Kommunikationsdesaster! Das hätten Sie besser machen müssen und das müssen Sie in der Zukunft auch besser machen! So etwas darf nie wieder passieren. Herr Berlien, Das war eine ganz schlechte Botschaft für die institutionellen Investoren, aber auch für die Kleinaktionäre! Viele haben mit dem FuÙe abgestimmt und verkauft. Sie können doch nicht auf einmal einen strategischen Saltomortale einleiten und glauben, dass man das mal so locker nebenbei in die Öffentlichkeit gibt. Gerade wenn es sich um ein so hochsensibles Thema wie Halbleiter handelt! Den Aktionären haben Sie ordentlich geschadet: Der Kurs ist um fast ein Drittel an einem Tag zurückgegangen! Das muss man erst einmal fertigbringen!

Es hat Ihnen hier jedes Fingerspitzengefühl für Investor relations gefehlt und eigentlich gehört sich eine Bewertung Ihrer Leistung mit

„Setzen, meine Herren des Vorstandes: 6 !!!“

Übersetzt für das Aktienrecht bedeutet das: Keine Entlastung, meine Herren.

Ich will und muss aber genau sein bei unserer Tagesordnung: Entlastet werden Sie im Hinblick auf das Jahr 2014/2015 und Ihr Kommunikations-Desaster fand erst im Geschäftsjahr 2015/2016 statt, das heute nicht zur Abstimmung steht.

Das heißt erst im nächsten Jahr werde ich dieses Debakel in die Abwägung einbeziehen, aber seien Sie sich sicher, ich habe das Gedächtnis eines Elefanten. Sie können also nicht darauf bauen, dass ich Ihren faux pax vergesse.

Betrachten wir die von Ihnen bekanntgegebene 3 Säulen Strategie einmal etwas näher. Sie forcieren den LED-Markt und verkaufen den Bereich lamps, also den Bereich mit der guten und bekannten Glühbirne. Die Allgemeinbeleuchtung „lamps“ soll bis Mitte 2016 ausgegliedert und verselbständigt und dann auch verkauft werden. Bleiben wir einmal bei der Ausgliederung. Wie weit sind Sie? Sie wollen den Bereich ja verkaufen. Können Sie einen solchen gewachsenen Bereich überhaupt herausschneiden? Wo liegen die Hauptschwierigkeiten bei der Ausgliederung? Wann ist der Prozess abgeschlossen?

Sie werten das Vertriebsnetzwerk als besonderes Asset für den Käufer. Was bedeutet das denn für die verbliebene OSRAM. Das klingt ein bisschen so, als hätten Sie dann keinen Vertrieb mehr. Bitte erklären Sie uns das näher.

Philips hat ja nun gleichzeitig den Plan veröffentlicht, seinen Lampen- und Leuchtenbereich zu verkaufen. Kommen Sie sich hier bei Ihrem Verkaufsplan in die Quere? Wird der Verkaufsplan von Philips Ihren Preis drücken? Wann soll der Verkauf nun tatsächlich stattfinden und wann glauben Sie, dass Sie das Geschäft auf gut neudeutsch „geclosed“ haben?

Es bleibt bei OSRAM der Automobilbereich. Sie produzieren hier ja schon sehr hochwertiges Licht für PKW-Scheinwerfer und treiben die Laser- und organischen Leuchtdioden voran. Am Anfang ist die Produktion eines neuen Bereiches wie OLED, also die organischen Leuchtdioden für die PKWs immer eine schwierige Situation. Die Kosten sind hoch, der Markt aber noch nicht bereit, alles sofort umzustellen. In welcher Phase dieser Entwicklung befinden Sie sich im Moment? Ist die Nachfrage inzwischen schon am Ansteigen?

Der Leuchtenbereich LSS macht und machte Ihnen Sorgen. Bei 400 Millionen Umsatz haben Sie 40 Millionen Verlust gemacht. Das geht einfach nicht, das muss sich verändern und besser werden. Wie lange werden Sie brauchen, um Break Even zu erreichen? Ist die Restrukturierung inzwischen abgeschlossen? Wenn Sie ein Margenziel von 8 % erreichen wollen, wo sind Sie heute? Warum bekommen Sie die Leuchten nicht in den Griff?

Kommen wir zu den LED-Lampen und der LED-Chipfertigung. Das war die Nachricht, die die Analysten so verschreckt hat, weil man auf einmal das Gefühl hatte, OSRAM wird zur Chipfertigung übergehen und da gibt es eben viele Ressentiments; man könnte fast schon

sagen „Aktionärs-Urängste“, wenn wir an die vielen Hochs und Tiefs bei Infineon und auch noch bei Siemens mit seiner Halbleitersparte denken. Viele Analysten haben Ihnen erklärt, dass das die falsche Richtung ist. Osram sollte sich in Nischen bewegen, in denen man hochprofitabel existieren kann.

Meine Damen und Herren, was richtig ist, wird die Zukunft zeigen. Eines ist aber wohl klar gewesen, und das gilt auch heute noch: OSRAM und der Vorstand mussten eine Entscheidung treffen. Ein „weiter so“ ging nicht. Die altbekannte Glühbirne ist ein Auslaufmodell. Halogen verbraucht verglichen mit LED immer noch zu viel Strom und LED und Laser werden die Zukunft des Lichtes sein. Ich trage die Entscheidung, sich auf den LED-Bereich zu konzentrieren, mit, da es mir lieber ist, es werden Entscheidungen getroffen und OSRAM bewegt sich und wird nicht bewegt. Ganz schnell kann man nämlich als Technologieunternehmen die Technologie verpassen, die einen in die Zukunft trägt. Oder es wird zum Spielball von Investoren, die nicht das Wohl aller sondern nur ihr eigenes Wohl im Sinne haben.

Sie planen 3 Mrd. € Investition, davon 1 Mrd. in Malaysia ins LED-Werk. Ist das der richtige Weg? Wo bleibt China?

Sie haben ganz präzise Angaben für die Zukunft gemacht. So etwa soll in fünf Jahren das Ergebnis je Aktie bei 5 Euro liegen. Herr Berlien, wir werden dies ganz genau beobachten. Ich nehme Sie beim Wort und Sie müssen auch liefern. Eines geht nicht: den Konzern völlig umkrempeln, weil Sie glauben, damit Ihre Ziele erreichen zu können und dann nicht zum Ziel zu kommen. Das würde Ihnen nicht verziehen werden. Also, es gilt die klare Ansage: Sie müssen liefern.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.