

Karl-Heinz Stiller

**Vorsitzender des Vorstands
der Wincor Nixdorf AG**

**Rede zur Hauptversammlung
der Wincor Nixdorf AG**

21. Februar 2006

Paderborn

Sperrfrist: 11.30 Uhr

(Es gilt das gesprochene Wort.)

I. Begrüßung

Sehr geehrte Aktionäre und Aktionärsvertreter,

sehr geehrte Gäste,

meine sehr verehrten Damen und Herren,

im Namen des Vorstands der Wincor Nixdorf AG begrüße ich Sie herzlich zur zweiten Hauptversammlung unseres Unternehmens.

Wir freuen uns, dass Sie nach Paderborn gekommen sind, um sich über die Geschäftsentwicklung und die strategische Ausrichtung der Wincor Nixdorf AG zu informieren sowie den Jahresabschluss des ersten vollen Geschäftsjahres Ihres Unternehmens als börsennotierte Gesellschaft zur Kenntnis zu nehmen.

In diesem Geschäftsjahr konnte das Unternehmen einmal mehr seine bisherige Erfolgsgeschichte fortschreiben – in erster Linie gegenüber seinen Kunden. Aber auch am Kapitalmarkt, was sich im Kursanstieg der Wincor Nixdorf-Aktie ablesen lässt. Wie wir diese Entwicklung auch in Zukunft fortsetzen wollen, möchte ich Ihnen im Verlauf meiner Ausführungen darlegen. Dabei werde ich Ihnen die strategische Ausrichtung und Weiterentwicklung der Wincor Nixdorf AG in den nächsten Jahren erläutern. Es folgt ein Ausblick auf das aktuelle Geschäftsjahr 2005/2006 sowie eine kurze Darstellung des Geschäfts im ersten Quartal.

Beginnen werde ich mit einem Überblick über die Geschäftsentwicklung im Geschäftsjahr 2004/2005 und einer Erläuterung des Jahres- und

Konzernabschlusses für die Wincor Nixdorf AG sowie den Wincor Nixdorf-Konzern.

II. Eckpunkte des Jahresabschlusses

Meine Damen und Herren,

als ich Ihnen vor einem Jahr an dieser Stelle über den erfolgreichen Jahresabschluss der Wincor Nixdorf AG berichtete, nannte ich unsere Verlässlichkeit als einen der wesentlichen Erfolgsfaktoren für die Attraktivität und die gute Entwicklung unserer Aktie.

Ich freue mich sehr, dass ich diese Bewertung heute erneut treffen kann. Denn auch im zurückliegenden Geschäftsjahr 2004/05 haben sich alle Prognosen bestätigt, die wir bekanntlich im Verlaufe der Berichtsperiode nach oben korrigiert hatten. Diese positive Entwicklung ist einmal mehr ein Indiz dafür, dass Wincor Nixdorf ein verlässliches Unternehmen ist - ein Unternehmen, das seine Versprechen einhält.

Der Konzern-Jahresabschluss des zurückliegenden Geschäftsjahres lässt sich mit folgenden Eckpunkten skizzieren:

1. Der Konzernumsatz stieg um elf Prozent auf 1,74 Milliarden Euro. Bereinigt um Wechselkurseffekte zwischen US-Dollar und Euro betrug das Umsatzwachstum zwölf Prozent.

2. Das operative Ergebnis (EBITA) wuchs um 17 Prozent auf 137 Millionen Euro. Die EBITA-Rendite erhöhte sich von 7,4 Prozent auf 7,9 Prozent.
3. Das Periodenergebnis stieg von 44 Millionen Euro auf 55 Millionen Euro. Das Periodenergebnis vor Abschreibungen auf Produkt-Know-how erhöhte sich von 61 Millionen Euro auf 71 Mio. Euro. Das Produkt-Know-how ist bewertungstechnisch bei der Herauslösung des Unternehmens aus dem Siemens-Konzern im Jahre 1999 entstanden.
4. Der operative Cash-Flow kletterte von 122 Millionen Euro auf 133 Millionen Euro.
5. Wir haben weiter in unsere Zukunft investiert und unsere Entwicklung ebenso wie unsere Service-Ressourcen verstärkt. So steigerten wir die Investitionen in Forschung & Entwicklung um sieben Prozent auf 78 Millionen Euro und erhöhten den Anteil der in der Entwicklung Beschäftigten auf mehr als 700, das sind über 10 Prozent der Belegschaft. Insgesamt stellten wir 823 neue Mitarbeiter überwiegend im Service und vor allem im Ausland ein. Von unseren insgesamt 6.937 (zum Stichtag 30.09.2005) Beschäftigten sind erstmals mehr im Ausland als in Deutschland tätig – ein weiterer Beleg für den konsequenten Ausbau unseres internationalen Geschäfts.
6. Ebenso konsequent haben wir unsere Kostenstrukturen verbessert. Wesentliche Triebkraft dafür war unser konzernweites Programm zur Produktivitäts-Steigerung (Pro-Improve), über das der Anteil der Vertriebs- und Verwaltungskosten am Umsatz nochmals um 1,5 Prozentpunkte auf nunmehr 15,5 Prozent

gesenkt werden konnte. Der leichte Rückgang der Bruttomarge auf 27,9 Prozent wurde dadurch mehr als ausgeglichen.

7. Mit unserer Finanzkraft waren wir erneut in der Lage, unsere Verschuldung zu senken, von 234 Millionen Euro auf 176 Millionen Euro. Zudem erreichten wir eine Umfinanzierung unserer Kredite zu besseren Konditionen und flexibleren Bedingungen, da wir uns gegenüber den Fremdkapitalgebern als zuverlässiger und berechenbarer Partner erwiesen haben.
8. Die erneut verbesserte Ertragslage des Geschäftsjahres 2004/2005 kommt auch Ihnen, den Aktionären der Wincor Nixdorf AG, zugute. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen heute vor, für das Geschäftsjahr 2004/2005 eine Dividende je Aktie von 2,10 Euro an die Aktionäre auszuschütten. Dies entspricht einer Steigerung von 74 Prozent gegenüber der Dividende des Vorjahres. Die Ausschüttungssumme erhöht sich damit von 20 Millionen Euro auf 34,7 Millionen Euro.

Ganz besonders wichtig war es für uns zudem, dass wir die strategischen Ziele weiter umgesetzt und damit die Grundlage auch für zukünftiges profitables Wachstum verbessert haben.

- Wir haben unsere Internationalisierung erfolgreich vorangetrieben und partizipieren so immer stärker am globalen Marktwachstum. Der Anteil des Auslandsgeschäfts am Gesamtumsatz erhöhte sich von 67 Prozent auf 71 Prozent.
- Unser internationales Geschäftswachstum lag in allen Regionen über der jeweiligen Marktentwicklung. Selbst in unserem größten

Regionalmarkt Europa - ohne Deutschland - haben wir um 18 Prozent zugelegt. Damit konnten wir unsere starke europäische Marktposition nochmals verbessern. Nachdem wir in dieser Region bereits die Marktführerschaft im Handel erreicht haben, sind wir diesem Ziel nun auch im Bankengeschäft ein gutes Stück näher gekommen.

- Ein immer größerer Geschäftsanteil entfällt auf das Solutions-/Services-Geschäft. Diese dienstleistungsorientierten Aktivitäten erhöhten ihren Anteil am Gesamtumsatz von 41 Prozent. Mit dieser kontinuierlichen Ausweitung leisten wir einen wesentlichen Beitrag zur langfristigen Stabilisierung unserer Marge.
- Wir haben uns erfolgreich neue Geschäftsfelder wie Outsourcing für das Filialgeschäft bei Banken sowie Leergutrücknahmesysteme für Handelsunternehmen erschlossen. Auf beiden Gebieten wollen wir signifikante Marktanteile erreichen.

Den hier nur kurz skizzierten positiven Verlauf des Geschäftsjahres, die Verlässlichkeit unserer Unternehmenspolitik sowie unsere strategische Weiterentwicklung hat der Kapitalmarkt durch großes Interesse an der Wincor Nixdorf-Aktie belohnt. Der Kurs der Wincor Nixdorf-Aktie ist im abgelaufenen Geschäftsjahr von 48 Euro auf 80 Euro gestiegen und hat sich damit um 67 Prozent erhöht. Interesse und Kursanstieg spiegeln sich - nach der Listung im M-DAX - auch durch die Aufnahme in den Morgan Stanley Capital International Index im zurückliegenden Jahr wider. Die ausgesprochen positive Kursentwicklung hat sich auch im ersten Quartal des neuen Geschäftsjahres fortgesetzt.

III. Strikte Kundenorientierung und Innovationsstärke

Meine Damen und Herren,

Erfolg fällt nicht vom Himmel – er muss jeden Tag aufs Neue erarbeitet werden, dessen sind wir uns sehr bewusst. Als Basis für diesen Erfolg betrachten wir in erster Linie unsere konsequente Ausrichtung aller Prozesse auf unsere Kunden und unsere Leistungsfähigkeit ihnen gegenüber. Denn nur über eine strikte Kundenorientierung sowie eine offensive Vorgehensweise im Markt können wir unsere globale Position immer weiter ausbauen.

Dieses Geschäfts- und Kundenverständnis ist auch fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Flache Hierarchien, Flexibilität und Eigenverantwortung ermöglichen es, auf allen Entscheidungsebenen schnell und unternehmerisch zu handeln – oftmals entscheidende Vorteile bei der Arbeit für unsere Kunden. Auch unsere eigenen Prozesse und Abläufe stellen wir im Sinne einer kontinuierlichen Optimierung immer wieder auf den Prüfstand und orientieren uns dabei an den Fragen: Was macht uns noch leistungsfähiger? Was nützt dem Kunden? Ist der Kunde bereit, dafür zu bezahlen?

Eine ähnliche Stringenz stellen wir bei unserem Geschäftsmodell unter Beweis: Wir konzentrieren uns hier völlig auf das Filialgeschäft von Geldinstituten und Handelsunternehmen. Die Marktentwicklung zeigt, dass für beide Branchen die Filiale auch zukünftig einen entscheidenden Stellenwert im direkten Kontakt zum Kunden einnimmt. Daher

fokussieren wir uns darauf, die konsumentenbezogenen Geschäftsprozesse bei unseren Kunden zu optimieren, ihre Kosten zu reduzieren und die Verbraucherfreundlichkeit zu erhöhen. Gleichzeitig stellen wir die Integration der Filialen in die Abläufe und Informationsnetze der Gesamtunternehmen sicher.

Weil es uns gelingt, mit unseren Produkten und Dienstleistungen die Geschäftsprozesse im Sinne eines Mehrwertes zu verändern, sind wir für unsere Kunden als Partner attraktiv. Zumal wir mit unserem Portfolio den großen Vorteil haben, diese Leistungen integriert - das heißt maßgeschneidert - auf die individuellen Anforderungen unserer Kunden zu erbringen.

Um diese Anforderungen erfüllen zu können, streben wir mit unseren Kunden eine möglichst enge Zusammenarbeit an. Unser Ziel ist, sie als Partner in die gemeinsame Entwicklung einzubeziehen und dauerhaft zu halten. Damit ist eine wesentliche Voraussetzung für eine an den Geschäftserfordernissen der Kunden ausgerichtete kontinuierliche Fortentwicklung gegeben. Gleichzeitig erschließen sich dadurch wesentliche Ansatzpunkte für Innovationen.

Zweiter Quell für den kontinuierlichen Fluss von Innovationen ist die technologische Weiterentwicklung. Unsere eigenen Kernkompetenzen dabei sind die Mechatronik und die Bilderkennung sowie die Entwicklung von Plattformsoftware, Anwendungssoftware und intelligenten Service-Konzepten. Wertvolles Know-how generieren wir zudem aus der Grundlagenforschung von Technologieführern, mit denen wir gezielte Partnerschaften eingehen. Alle unsere Lösungen basieren auf offenen Standards und stellen eine reibungslose Integration in die bestehenden IT-Umgebungen unserer Kunden sicher.

Neue Produkte, zukunftsweisende Lösungen und innovative Services entstehen natürlich nicht aus sich selbst heraus. „Dahinter steckt immer ein kluger Kopf“ hat einmal eine große Tageszeitung geworben. Bei uns müsste man sagen: Viele kluge Köpfe. Mehr als 700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind es, die sich bei Wincor Nixdorf mit der Entwicklung beschäftigen. Einzig und allein mit dem Ziel, innovative und leistungsfähige Produkte und Lösungen zu entwickeln, die unseren Kunden zu noch mehr Erfolg verhelfen.

Logische Konsequenz dieser zielgerichteten Entwicklung ist unser modulares Outsourcing-Angebot für das Filialgeschäft. Denn die teilweise oder komplette Übernahme der Betriebsführung von Filial-Netzwerken stellt die Bündelung unserer Kompetenzen und Leistungen dar. Dadurch geben wir Banken und Handelsunternehmen die Möglichkeit, ihre Wertschöpfungstiefe zu verringern, sich auf eigene Kernkompetenzen zu konzentrieren und ergebniswirksame Verbesserungen zu erzielen.

Diese Fähigkeit sowie das umfassende und dennoch maßgeschneiderte Outsourcing-Angebot sind Indikatoren für Fortschritt und zeigen, wie weit wir uns in den letzten Jahren zu einem Anbieter umfassender Lösungen verändert haben. Das wertet Wincor Nixdorf als Unternehmen auf. Und dieses Image wirkt sich – natürlich in Kombination mit erfolgreich durchgeführten Aufträgen und Projekten – nicht zuletzt auch auf den Aktienkurs aus. Wir gelten nicht nur als Treiber von Innovationen, wir sind es!

Die Erfolge im Outsourcing sehen wir aber auch als Vertrauensbeweis unserer Kunden an. Für uns ist dies Verpflichtung und Aufforderung zugleich, in unserer strikten Kundenorientierung nicht nachzulassen.

Kundenzufriedenheit ist der Kernbegriff, der auch unsere Services treibt. Gestatten Sie mir hier noch einmal einen kurzen Rückblick auf die Entwicklung unserer Service-Organisation. Vor sechs Jahren standen wir hier in diesem Bereich noch bei Null. Heute verfügen wir weltweit über rund 2.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und sind damit in der Lage, global Service anzubieten.

Von Null in eine viel versprechende Zukunft sind wir auch auf einem anderen Gebiet gestartet und haben dabei einmal mehr unsere Fähigkeit zum Erkennen und zur Umsetzung neuer Geschäftsfelder unter Beweis gestellt. Als hierzulande noch kaum jemand das kommende Geschäft mit Leergutrücknahmesystemen gesehen hat, haben wir uns bereits dafür aufgestellt: Durch den Zukauf eines darauf spezialisierten Unternehmens und den damit verbundenen Einstieg in das Arbeitsgebiet Bilderkennung. Jetzt, wo die nächste Stufe der Einweg-Pfand-Regelung in Deutschland ansteht, können wir die Früchte dieser vorausschauenden Vorgehensweise ernten. Allein im deutschen Handel haben wir in den vergangenen Monaten Aufträge über 3.700 Leergutrücknahmesysteme gewonnen. Damit liegen wir auch hier auf Kurs unserer Zielsetzung von mindestens 30 Prozent Marktanteil.

Ich könnte Ihnen noch mehr Beispiele nennen, wo Wincor Nixdorf die Zeichen der Zeit früher als andere erkannt und diese Erkenntnis in Erfolg umgesetzt hat. Wir werden dies – das versichere ich Ihnen – auch in Zukunft tun. Schließlich ist das Bessere immer der Feind des Guten, und ich bin mir sicher, dass hier noch eine Menge Raum für Verbesserung, für Innovationen, kurz: für weiteren Erfolg ist.

Gelingen kann und wird uns dies nur mit kreativen und innovativen Mitarbeitern. Dieser Tatsache bin ich mir sehr bewusst. Ich möchte daher - und ich denke, das kann ich auch in Ihrem Namen tun, meine Damen

und Herren - allen Wincor Nixdorf-Mitarbeitern auf der ganzen Welt meinen Dank für die geleistete Arbeit, das überdurchschnittliche Engagement und die hohe Identifikation mit dem Unternehmen aussprechen.

Verbinden möchte ich diesen Dank mit der Bitte, sich auch weiterhin engagiert und kreativ für unser Unternehmen einzusetzen.

IV. Strategie

Meine Damen und Herren,

unsere Kunden, unsere Mitarbeiter und vor allem Sie als unsere Aktionäre zufrieden zu stellen, ist unser langfristiges Ziel. Wie ich Ihnen bereits dargelegt habe, sehen wir die Basis dafür im Erfolg mit und für unsere Kunden.

Kundenorientierung darf aber nicht nur ein Schlagwort sein, sondern muss auch gelebt werden. Wir setzen uns daher mit aller Kraft dafür ein, schneller und flexibler als unsere Wettbewerber für die Kunden da zu sein und rascher Ansatzpunkte für neue Lösungen zu finden. Die hierfür erforderliche Erfolgskultur wach zu halten, wird eine der zentralen Herausforderungen für die nächsten Jahre sein.

Unser bisheriger Erfolg wie auch der zukünftige Ausbau unserer Aktivitäten gründen auf einer klaren Strategie für profitables Wachstum. Sie ist Richtschnur für unser unternehmerisches Handeln und zugleich qualitativer Gradmesser für unsere Entwicklung. Durch konsequente Umsetzung dieser Strategie haben wir in den letzten Jahren unsere

Marktpositionen und unsere Geschäftsentwicklung kontinuierlich verbessert.

Unsere Wachstumsstrategie basiert auf drei Säulen:

1. Ausbau des Kerngeschäfts und der Kernkompetenzen
2. weltweite Ausdehnung des Geschäfts
3. Erschließung weiterer Wachstumspotenziale

Ich komme nun zur ersten Säule:

Ausbau des Kerngeschäfts und der Kernkompetenzen

Triebkraft für unseren Erfolg ist das Kerngeschäft mit Banken und Handel bzw. die klare Fokussierung auf das Filialgeschäft. Hier können wir auf eine jahrzehntelange Erfahrung zurückgreifen. Beides, Erfahrung und Innovationsfähigkeit, waren die entscheidenden Faktoren dafür, dass wir uns von einem der hinteren Plätze in der Weltrangliste nach vorn gearbeitet und unsere Position unter den drei großen Anbietern in den letzten Jahren stetig verbessert haben.

Allerdings haben wir uns auch als Unternehmen stets verändert und weiter entwickelt: von einem zunächst auf Deutschland konzentrierten Anbieter von Hardware hin zu einem global tätigen Konzern, dessen Stärke heute darin liegt, Hardware und Dienstleistungen zu kombinieren, also komplette Lösungen anzubieten.

Diesen Kurs werden wir fortsetzen und auch zukünftig schwerpunktmäßig in unser Kerngeschäft investieren. Mit unseren qualifizierten Mitarbeitern und ihren Fähigkeiten zu Innovationen sind wir gut gerüstet, unsere Kunden in den Branchen Banken und Handel bei der Bewältigung ihrer Herausforderungen zu unterstützen. Diese sind für

beide Branchen nahezu gleich: Globalisierung, verschärfter Wettbewerb und wachsender Kostendruck.

Ebenfalls gleich in beiden Branchen: Die Filialen spielen als Vertriebswege zu den Verbrauchern eine unverändert wichtige Rolle. Entsprechend werden in den Filialen Prozesse und Abläufe weiter rationalisiert und die Schnittstellen zu den Kunden optimiert – eine Entwicklung, die in der Vergangenheit bereits ablief und die sich in Zukunft eher noch beschleunigen wird.

Beide Branchen greifen zur Verbesserung ihrer Geschäftsprozesse auch zunehmend auf gleiche Basistechnologien zurück. Diese sind zum Beispiel:

- Automatisierung der Cash-Prozesse mit einer anspruchsvollen Verknüpfung von Hardware und Dienstleistungen
- Einsatz von intelligenten Annahmeverfahren mit modernster Bilderkennungstechnologie für Geld, Schecks, automatisierte Rücknahme von Leergut oder sogar von Tippscheinen bei Lotteriegesellschaften
- netzzentrierte Software, mit der sich die Kosten für die Verteilung neuer Software-Programme oder die Wartung beträchtlich reduzieren lassen

Die Automatisierung von Prozessen in beiden Branchen hat dabei einen hohen Stellenwert. Banken setzen auf die grundlegende Veränderung und Restrukturierung ihrer Prozesse und Abläufe in der Filiale. Der Handel konzentriert sich mehr und mehr auf eine grundlegende

Veränderung des Bezahlprozesses und des Umgangs mit Geld. Hier finden zur Zeit Veränderungen statt, die sich als Revolution am Checkout bezeichnen lassen.

Diesen Trends trägt Wincor Nixdorf durch intelligente Produkte und Dienstleistungsangebote Rechnung, die das Kerngeschäft in den nächsten Jahren technologisch bestimmen werden. Diese sind zum Beispiel:

- Recycling Technologie, mit der eingezahlte Banknoten nach einer Echtheitsprüfung wieder zur Auszahlung bereitgestellt werden können
- Cash/Scheck-Verarbeitung, die den Prozess der Annahme und die Erkennung von Banknoten und Schecks automatisiert
- Middleware Software, die zwischen den Anwendungen zum Betreiben von SB-Geräten sowie den Zentralsystemen der Banken vermittelt und einen reibungslosen Datentransfer gewährleistet
- SB-Kassensysteme im Handel, an denen der Kunde seine Waren eigenständig scannt und bezahlt
- "eServices-Plattform" zur Vernetzung aller am Service-Prozess beteiligten Instanzen wie Customer Care Center, Logistik und Technikern zur Sicherstellung schnellerer und effizienterer Kundenservices

- Leergutrücknahmesysteme, die als in die Filial-IT integrierte Geräte den Prozess der Rücknahme von Leergut automatisieren

Um ein wirklich umfassendes Leistungsangebot bieten zu können, haben wir in den vergangenen Jahren unsere Aktivitäten im Bereich Solutions/Services beträchtlich ausgeweitet. Wir beabsichtigen, daran festzuhalten und werden beispielsweise weiter in unser globales Service-Netz investieren. Unser Ziel ist es, langfristig rund 50 Prozent unseres Umsatzes mit Solutions/Services zu erwirtschaften.

Zweite Säule unserer Strategie für profitables Wachstum ist die weltweite Ausdehnung des Geschäfts

Neben unserer Kompetenz im Kerngeschäft ist die weltweite Nähe zu unseren Kunden ein entscheidendes Element für unseren Erfolg. Über einen starken internationalen Vertrieb ist Wincor Nixdorf in den vergangenen Jahren im Ausland gewachsen, besonders in Europa. Daran wollen wir anknüpfen und unsere globale Marktposition weiter verbessern.

Ausgangsbasis für uns als größter europäischer Anbieter in unseren Segmenten ist dabei die Stärke auf dem europäischen Kontinent, wo wir die Marktführerschaft anstreben. Im Geschäft mit dem Handel haben wir das bereits erreicht, im Bankengeschäft sind wir diesem Ziel deutlich näher gekommen.

Weiteres bedeutendes Wachstumspotenzial für Wincor Nixdorf liegt in den Wachstumsregionen Amerika und Asien, in denen wir bislang überproportional gewachsen sind. Gleichzeitig haben wir unsere Ausgangspositionen kontinuierlich verbessert. Wir arbeiten mit

Nachdruck daran, diese Position auszubauen und schließen dabei auch die Prüfung von Akquisitionsmöglichkeiten mit ein.

Um unsere Stärken in einzelnen Ländern noch besser entfalten und dort die Marktführerschaft erringen zu können, treiben wir unser konzernweites Vertriebsprogramm weiter voran (Road-to-the-Top). Es macht zum Beispiel vertriebliche Best-Practices und Erfolgsfaktoren in der gesamten Vertriebsorganisation verfügbar.

Ein anderer wesentlicher Baustein unserer weltweiten Expansion ist unser globales Beschaffungs- und Fertigungskonzept. Dadurch koordinieren wir unsere weltweiten Beschaffungsaktivitäten, was zu besseren Einkaufskonditionen und kürzeren Transportwegen führt. Außerdem sind wir durch Produktionen vor Ort gerade in Wachstumsregionen dichter am Kunden und können ihn schneller bedienen, zugleich aber auch Einfuhrhemmnisse umgehen und Währungsschwankungen ausgleichen. Und wir sind für die anstehenden Herausforderungen bei der Preisentwicklung besser gewappnet.

Mit unserem globalen Fertigungskonzept einher geht der Aufbau weiterer internationaler Ressourcen für die lokalspezifische Entwicklung und Umsetzung, um uns direkter auf die Anforderungen unserer Kunden vor Ort einzustellen.

Dritte Säule unserer Strategie ist die Erschließung weiterer Wachstumspotenziale

Unsere Kernkompetenz aus den Filialgeschäftsprozessen von Banken und Handelsunternehmen bringen wir in attraktive Zusatzmärkte ein. Dies sind beispielsweise Lotterie-, Tankstellen- und Gastronomie-/Restaurantketten-Unternehmen oder auch Postorganisationen mit ihren weltweit größten Filialketten.

Dass wir uns zudem mit den Gebieten Outsourcing im Filialgeschäft und Leergutrücknahmesysteme erfolgreich ein neues Terrain mit zusätzlichem Wachstumspotenzial erschlossen haben, habe ich bereits dargestellt.

Meine Damen und Herren,

diese Strategie wird unsere Aktivitäten auch im Geschäftsjahr 2005/2006 leiten – und damit komme ich zum letzten Teil meiner Ausführungen

V. Geschäftsjahr 2005/06

Unser erklärtes Ziel ist es, an die positive Entwicklung der Vorjahre anzuknüpfen und unser profitables Wachstum fortzusetzen. Dies bedeutet, dass wir beim operativen Ergebnis (EBITA) erneut stärker zulegen wollen als beim Umsatz.

Wir sind daher mit Wachstumserwartungen beim Umsatz von acht Prozent und beim EBITA von zehn Prozent am 1. Oktober 2005 an den Start gegangen. Bereits im ersten Quartal des neuen Geschäftsjahres haben wir einen Auftakt nach Maß und auf Linie unserer Prognose hingelegt. Der Umsatz legte um sieben Prozent und das EBITA um 11 Prozent zu.

Das Wachstum der Umsatzerlöse war dabei neben einer insgesamt positiven Geschäftsentwicklung des Konzerns auf ein gutes Geschäft zum Ende des Jahres 2005 zurückzuführen. Beide Geschäftssegmente, Banking wie Retail, entwickelten sich positiv.

Regional betrachtet ist es uns in der Region Europa (ohne Deutschland) gelungen, das sehr gute Vergleichsquartal des Vorjahres sogar noch um zwei Prozent zu übertreffen. Es hatte seinerzeit stark von außerordentlichen Effekten im britischen Retail-Geschäft profitiert. Auch das Geschäft in Deutschland entwickelte sich im ersten Quartal wie erwartet positiv, wobei das Bankengeschäft nach Jahren der Stagnation wieder eine deutliche Aufwärtsentwicklung aufwies. Das Wachstum in den Regionen Amerika und Asien lag über der jeweiligen Marktentwicklung, so dass wir auch dort weitere Fortschritte beim Ausbau unserer Aktivitäten verzeichnen. Bemerkenswert ist zudem, dass wir auch aus dem afrikanischen Kontinent deutliche Geschäftsimpulse erhalten, selbst wenn diese sich noch in überschaubarem Rahmen bewegen.

Mit Beginn des neuen Geschäftsjahres haben auch mehrere große Outsourcing-Projekte im Filialgeschäft einiger großer Geldinstitute Fahrt aufgenommen. Das Potenzial neuer Aktivitäten setzen wir damit um in konkretes Geschäftswachstum. Dazu passen auch unsere Erfolge auf dem Gebiet der Leergutrücknahme-Systeme, über die ich bereits berichtet habe.

Für den weiteren Verlauf des Gesamtgeschäftsjahres erkennen wir unverändert gute Rahmenbedingungen. Wir gehen im Wesentlichen von einer Fortführung der Entwicklungslinien des ersten Quartals aus. Mit den Ihnen vorgestellten und erläuterten Projekten und Vorhaben sehen

wir uns gut gerüstet und erwarten im Banking ebenso wie im Retail einen guten Geschäftsverlauf.

Vor diesem Hintergrund und mit dem guten ersten Quartal auf der Habenseite sind wir daher heute sicher, die zu Beginn des Geschäftsjahres gestellte Wachstumsprognose auch zu erreichen und die Erfolgsgeschichte von Wincor Nixdorf fortzuschreiben. Und damit, meine Damen und Herren, einmal mehr das zu halten, was wir uns vorgenommen haben!

Diese Verlässlichkeit ist für uns ein sehr hohes Gut. Sie bildet die Grundlage für den weiteren Erfolg unseres Unternehmens und damit auch einer positiven Aktienentwicklung. Die Verlässlichkeit ist ausschlaggebend dafür, dass Sie, sehr geehrte Aktionäre, uns Ihr Vertrauen geben, für das ich mich zum Abschluss meiner Ausführungen bei Ihnen ganz herzlich bedanke.

Sie können sicher sein, dass wir alles dafür tun werden, diesem Vertrauen auch in Zukunft gerecht zu werden.

Ich danke für Ihre Aufmerksamkeit.

Diese Information enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen der Unternehmensleitung der Wincor Nixdorf AG beruhen. Diese Aussagen sind nicht als Garantien dafür zu verstehen, dass sich diese Erwartungen auch als richtig erweisen. Die zukünftige Entwicklung sowie die von der Wincor Nixdorf AG und seinen verbundenen Unternehmen tatsächlich erreichten Ergebnisse sind abhängig von einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten und können daher wesentlich von den zukunftsbezogenen Aussagen abweichen. Verschiedene dieser Faktoren liegen außerhalb des Einflussbereichs von Wincor Nixdorf und können nicht präzise vorausgeschätzt werden, wie z.B. das künftige wirtschaftliche Umfeld sowie das Verhalten von Wettbewerbern und anderen Marktteilnehmern. Eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen ist weder geplant noch übernimmt Wincor Nixdorf hierzu eine gesonderte Verpflichtung.