

value driven network



BERICHT FÜR DIE PERIODE  
VOM 1. JANUAR BIS 30. JUNI 2002





Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,  
sehr geehrte Damen und Herren,

die Neupositionierung der VDN AG war ein wichtiger Meilenstein im ersten Halbjahr 2002. Der Aufbau der Strukturen innerhalb unseres Unternehmensnetzwerks – des value driven network – verläuft sehr erfreulich. Als Strategie- und Führungsholding haben wir dabei stets unser oberstes Unternehmensziel im Blick. Alle Business Units sollen eine einheitliche Kapitalrendite von 15 % erreichen. Hier befinden wir uns auf einem guten Wege.

Auch mit Blick auf den Kapitalmarkt haben wir neue interne Strukturen geschaffen. Die Investor-Relations-Aktivitäten wurden erheblich ausgebaut, ein eigener IR-Bereich wurde geschaffen. Seit Anfang des Jahres koordiniert unser Investor-Relations-Manager mit externer Unterstützung sämtliche Aktivitäten in diesem wichtigen Bereich. Eine komplett neue Außendarstellung wurde ebenso realisiert wie der neue Internet-Auftritt, der sich insbesondere an die Anleger und die Financial Community richtet.

Wir haben zahlreiche Presse- und Hintergrundgespräche geführt und damit unsere Medienpräsenz in erfreulichem Maße erhöht. Auch mit der regelmäßigen Teilnahme an Analystenkonferenzen tragen wir dazu bei, unsere Kapitalmarktbekanntheit zu steigern. Unter dem Stichwort „Kapitalmarktcompetenz“ bündeln wir in der Holding sämtliche Aufgaben, die die Financial Community betreffen, und stellen das Bindeglied zum Kapitalmarkt dar.

Wir werden den eingeschlagenen Weg konsequent fortsetzen. Denn unsere Kapitalmarktziele haben für uns eine herausgehobene Bedeutung. Wir haben bereits eine erfreuliche Steigerung der Börsenumsätze verzeichnen können. Mittlerweile sind sämtliche VDN-Aktien zum amtlichen Markt der Börsen in Düsseldorf und Frankfurt zugelassen worden. Wir sind zuversichtlich, dass wir die Attraktivität der Aktie weiter erhöhen können. Mit diesem Ziel vor Augen werden wir unsere IR-Aktivitäten im zweiten Halbjahr noch weiter ausbauen. So sollen gezielt die Analystencoverage erhöht und die Investorensprache verstärkt werden. Auch unser Ziel, unsere Aktien in einen Börsenindex aufnehmen zu lassen, verfolgen wir konsequent weiter. Zwischenzeitlich haben wir die Umstellung der Rechnungslegung auf IAS, eine entscheidende Voraussetzung dafür, erfolgreich abgeschlossen. Die Steigerung des Unternehmenswertes – und damit des Shareholder-Value – bleibt eines unserer Hauptziele.



Dr. Wolfgang Knop



Günter Franke

Das erste Halbjahr 2002 unserer Gruppe war im Wesentlichen gekennzeichnet durch

- die Integration der Alkor/Venilia-Gruppe sowie
- den Aufbau der Strukturen für die neu geschaffene Gruppe der VDN – das value driven network.

Das allgemeine wirtschaftliche Umfeld hat sich zu Beginn des Jahres 2002 nicht verbessert und ist im Wesentlichen bestimmt durch:

- minimale Wachstumsraten bei der Industrieproduktion,
- eine rückläufige Konsumgüterkonjunktur,
- eine anhaltend schwache Baukonjunktur sowie
- die verhaltene Entwicklung im verarbeitenden Gewerbe.

Trotz dieser nicht positiven allgemeinen Marktentwicklung konnten wir in den ersten sechs Monaten des Jahres 2002 unseren Gesamtumsatz um über 5 % auf ca. 390 Mio. € steigern. Die Gesamtleistung erhöhte sich um über 12 % auf 391,1 Mio. €.

Dieser Leistungsanstieg ist auf unterschiedliche Entwicklungen in den Business Units zurückzuführen.

Die Business Unit Payment Systems musste erwartungsgemäß nach den Euro-Boom-Jahren einen Umsatzrückgang auf Normalniveau hinnehmen.

Bei der Business Unit Non-Ferrous Metal Technology erfolgte strategisch die Ausrichtung auf Produkte mit hoher Veredelungstiefe. Neben diesem Aspekt haben Metallpreisänderungen und negative konjunkturelle Impulse zu einem verringerten Umsatz geführt.

Die Business Unit Fastening Systems konnte zwar eine leichte Umsatzverbesserung realisieren, sah sich jedoch weiterhin einem nicht unwesentlichen Preisdruck ausgesetzt.



Die Business Unit Home Decoration realisierte den größten Umsatzsprung, der ausschließlich auf die Alkor/Venilia-Gruppe zurückzuführen ist. Die angestammten Bereiche haben sich stabil entwickelt.

Bei der Kostenentwicklung sind im Konzern erste Erfolge der bereits 2001 eingeleiteten und kontinuierlich angepassten Kostenreduzierungsprogramme sichtbar. Der gesamte Kostenblock aus Personalkosten und sonstigen Aufwendungen konnte im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum um 8,1 Mio. € bzw. 6 % gesenkt werden.

Insgesamt erzielte die Unternehmensgruppe ein EBIT von 23,2 Mio. €, das leicht schwächer ist (- 1,6 Mio. €) als im entsprechenden Vorjahreszeitraum.

#### Kennzahlen in Mio. €

	1.1. - 30.6.2002	1.1. - 30.6.2001
Gesamtleistung VDN-Konzern	391,1	348,2
Business Units		
Fastening Systems	54,3	54,1
Payment Systems	83,1	87,3
Non-Ferrous Metal Technology	108,9	131,3
Home Decoration	149,5	71,2
Other Investments	7,6	4,2
EBITDA	35,6	36,2
EBIT	23,2	24,8

Der Umsatz der Business Unit Fastening Systems lag im ersten Halbjahr 2002 mit 54,3 Mio. € um 0,3 Mio. € über dem entsprechenden Vorjahreswert. Diese geringe Steigerung ist im Wesentlichen auf die verhaltene Konjunkturentwicklung in einigen europäischen Ländern zurückzuführen.

Die feststellbare rückläufige Nachfrage im Markt des verarbeitenden Gewerbes – der Hauptabnehmergruppe dieser Business Unit – führte zu einem verstärkten Verdrängungswettbewerb, der negative Auswirkungen auf die Absatzpreise hatte. Diese Entwicklung in Verbindung mit leicht erhöhten Einkaufspreisen für die Rohstoffe – insbesondere für den so bedeutenden Einsatzstoff Stahl – hat im ersten Halbjahr trotz der leichten Umsatzsteigerung zu einer verringerten Rohertragsmarge von 43,6 % (nach 44,5 % im entsprechenden Vorjahreszeitraum) geführt.

Sowohl die Personalaufwendungen als auch die sonstigen betrieblichen Aufwendungen haben insbesondere wegen des Aufbaus der eigenen Vertriebsorganisation in den USA im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum um 361.000 € (+ 1,9 %) zugenommen.

Das EBIT dieser Business Unit für das 1. Halbjahr 2002 liegt mit 3,1 Mio. € um 0,8 Mio. € unter dem entsprechenden Vorjahreswert, da sowohl der verstärkte Verdrängungswettbewerb als auch der Aufbau der eigenen Vertriebsorganisation in den USA das Ergebnis belastet haben.

Im 1. Halbjahr 2002 wurde mit der Erweiterung der Fertigungskapazitäten bei dem Beteiligungsunternehmen in Tschechien begonnen. Hiermit kommt die Business Unit der erhöhten Nachfrage nach den in dieser Fertigungsstätte zu günstigen Fertigungskosten hergestellten Produkten nach.

Die Kapitalrendite (Return on Capital employed) dieser Business Unit liegt mit annähernd 13 % unter unserer Zielgröße von 15 %, ist jedoch im Wesentlichen durch den Aufbau der Vertriebsorganisation in den USA begründet.

<b>Business Unit Fastening Systems in Zahlen</b>	<b>in Mio. €</b>
<i>per 30.6.2002</i>	
Umsatz	54,3
EBITDA	4,1
EBIT	3,1
Investitionen	1,3
Mitarbeiter	650

Für die Business Unit Payment Systems war das erste Halbjahr 2002 der Einstieg in die Zeit nach der erfolgreichen Euro-Einführung zum 1. Januar 2002. Zwangsläufig bestand die Erwartungshaltung, dass die überaus positive Entwicklung der Jahre 2000 und 2001 nicht wiederholbar sein würde.

Dementsprechend erzielte diese Business Unit im 1. Halbjahr 2002 einen Umsatz von 80,9 Mio. € (1. Halbjahr 2001: 108,5 Mio. €). Basis dieses Umsatzes waren zum einen die Auslieferungen von Euro-Münzen – die Überhänge aus 2001, aber auch einige Nachbestellungen – und zum anderen Münzronden für den außereuropäischen Raum. Trotz anhaltenden Wettbewerbsdrucks konnte sich die Business Unit in diesem Umfeld behaupten. Hierfür ausschlaggebend ist die Kosten- und Technologieführerschaft dieser Unit.

Hinsichtlich der Kostenentwicklung hat diese Business Unit auf die vorhersehbare Absatzentwicklung unverzüglich reagiert. Bereits im 1. Halbjahr 2002 konnten ca. 1,5 Mio. € an Kosten eingespart werden.

Darüber hinaus profitiert die Unit durch den Ankauf von aus dem Umlauf herausgenommenen Altmünzen der ehemaligen europäischen Währungen. Einige dieser Münzdenominationen weisen Legierungen auf, die zur direkten Verwertung im Schmelzprozess genutzt wer-

den können. Hierdurch wird eine Reduzierung der Metalleinstandspreise erreicht.

Insgesamt konnte der Ergebniseffekt aus der Normalisierung des Absatzes mit einem EBIT von 11,8 Mio. € nach 18,7 Mio. € im vergleichbaren Vorjahreszeitraum minimiert werden. Bei diesem Ergebnis ergibt sich eine Kapitalrendite (Return on Capital employed) von über 14 %, die nahe an unserer 15%igen Zielgröße liegt.

Im 1. Halbjahr 2002 wurden darüber hinaus die Bemühungen, den Non-Cash-Bereich auszubauen, verstärkt. So wurde die Beteiligung an einem Kartenhersteller auf ca. 8 % erhöht sowie das Geschäftsfeld „Bezahlen über Internet“ durch die Aufnahme der Geschäftstätigkeit der EuroCoin iclear GmbH aufgebaut.

<b>Business Unit Payment Systems in Zahlen</b>	<b>in Mio. €</b>
<i>per 30.6.2002</i>	
Umsatz	80,9
EBITDA	14,7
EBIT	11,8
Investitionen	1,1
Mitarbeiter	512

Die Business Unit Non-ferrous Metal Technology hat ihren 2001 eingeschlagenen Weg konsequent weiterverfolgt. Die Konzentration auf Nickel und Nickellegierungen mit hoher Wertschöpfungstiefe kombiniert mit verstärkter Kundenkommunikation ist positiv aufgenommen worden.

Diese Fokussierung war neben den für diesen Bereich schwierigen Marktbedingungen ausschlaggebend für den realisierten Umsatz von 110,5 Mio. €, der damit 21,6 Mio. € (- 16,4 %) unter dem des entsprechenden Vorjahreszeitraumes lag.

Bereits beim Rohertrag wird jedoch die eingeleitete Fokussierung auf Produkte mit hohem Veredelungsgrad deutlich, da sich der Rohertrag lediglich um 5,4 % auf 25,6 Mio. € reduziert hat.

Einsparungen bei Personalaufwendungen und sonstigen Aufwendungen, insbesondere aus der 2001 umgesetzten Aufgabe des Kupferhalbzeuggeschäftes in den USA, haben zu einer wesentlichen Verbesserung des EBIT auf 9,0 Mio. € (1. Halbjahr 2001: 5,5 Mio. €) geführt.

Dieses Ergebnis ergibt eine Kapitalrendite (Return on Capital employed) von 7,5 %. Dies ist noch weit von unserer Zielgröße von 15 % entfernt, stellt jedoch gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum eine Steigerung von 65 % dar.

Hiermit kann dokumentiert werden, dass diese Business Unit auf dem richtigen Weg ist. Die dort eingeleiteten Maßnahmen, insbesondere die Konzentration auf Produkte mit hoher Veredelungstiefe, die Verstärkung der Marktbearbeitung sowie die intensive Optimierung interner Prozessabläufe sind geeignet, mittelfristig unsere Zielrendite zu erreichen.

Durch die im 1. Halbjahr 2002 vorgenommene juristische Trennung der Saxonia Edelmetalle GmbH rückwirkend zum 1. Januar 2002 wurde konsequent auch die juristische Separierung der Bereiche Non-Ferrous Metal Technology und Payment Systems umgesetzt. Diese Spaltung erfolgte erfolgsneutral und hat zum Ergebnis, dass das Edelmetallgeschäft der Saxonia nunmehr in einer eigenständigen GmbH als Tochterunternehmen der Deutsche Nickel AG geführt wird.

Die Rückführung der Aktivität der Deutsche Nickel America, Inc. (früher: Criterion Metals, Inc.) auf den Vertriebsarm der in den Fertigungsstätten in Deutschland hergestellten Nickelhalbzeuge hat sich als richtig erwiesen. So konnte das Ergebnis dieser Gesellschaft des 1. Halbjahres 2001 in 2002 deutlich übertroffen werden. Darüber hinaus konnten mit einigen Großabnehmern in den USA lang laufende Verträge abgeschlossen werden, die künftig eine bessere Disposition in den Fertigungsstätten in Deutschland ermöglichen.

<b>Business Unit Non-ferrous Metal Technology in Zahlen</b>	<b>in Mio. €</b>
per 30.6.2002	
Umsatz	110,5
EBITDA	11,1
EBIT	9,0
Investitionen	1,0
Mitarbeiter	620

In der Business Unit Home Decoration haben sich die wesentlichsten Veränderungen gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum ergeben. Dies ist auf die im Dezember 2001 abgeschlossene Akquisition der Alkor/Venilia-Gruppe zurückzuführen.

So konnte dieser Geschäftsbereich den Umsatz im 1. Halbjahr 2002 im Vergleich zu dem entsprechenden Vorjahreszeitraum auf 148,2 Mio. € mehr als verdoppeln. Dieser Anstieg ist ausschließlich auf die Alkor/Venilia-Gruppe zurückzuführen; die angestammten Bereiche zeigen eine stabile Umsatzentwicklung. Vor dem Hintergrund der insbesondere in Deutschland, aber auch in Frankreich und Großbritannien feststellbaren schwachen Konsumgüterindustrie ist dies jedoch bemerkenswert.

Bei der Kostenentwicklung werden die Effekte aus den bereits eingeleiteten Integrationsmaßnahmen deutlich. So konnten die Gesamtkosten des angestammten Bereiches (Personalkosten und sonstige betriebliche Aufwendungen) um über 4 Mio. € (- 5,1 %) gegenüber dem Vorjahr vermindert werden.

Für das 1. Halbjahr 2002 weist diese Business Unit ein EBIT von 3,4 Mio. € aus und liegt damit um 5,4 Mio. € über dem entsprechenden Vorjahreswert.

Dieses Ergebnis stellt eine Kapitalrendite (Return on Capital employed) von 5,7 % dar. Diese Kapitalrendite ist zwar noch weit von unserer Zielgröße von 15 % entfernt; vor dem Hintergrund der anstehenden Integrationsmaßnahmen war dies aber auch für den jetzigen Zeitpunkt nicht anders zu erwarten. Es sind zwar viele der durchzuführenden Integrationsprojekte eingeleitet, jedoch noch nicht endgültig umgesetzt worden.

Ziel der Business Unit Home Decoration ist es, den organisatorischen Aufbau hin zu einer schlagkräftigen, intern straff und höchst effizient organisierten Einheit 2003 abzuschließen. Bei stabilen Marktverhältnissen wird die Unit ab 2004 unsere Zielrendite erreichen.

<b>Business Unit Home Decoration in Zahlen</b>	<b>in Mio. €</b>
per 30.6.2002	
Umsatz	148,2
EBITDA	9,8
EBIT	3,4
Investitionen	6,0
Mitarbeiter	1.748

## Konzernbilanz zum 30.6.2002

<b>AKTIVA (in Tausend €)</b>	
<b>Anlagevermögen</b>	
Immaterielle Vermögensgegenstände	32.684
Sachanlagen	111.371
Finanzanlagen	21.468
	<b>165.523</b>
<b>Umlaufvermögen</b>	
Vorräte	282.146
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	217.739
Wertpapiere	3.186
Schecks, Kassenbestand, Bundesbank- und Postgiroguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten	32.346
	<b>535.417</b>
<b>Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>15.334</b>
	<b>716.274</b>

**PASSIVA (in Tausend €)**

<b>Eigenkapital</b>	
Gezeichnetes Kapital	26.794
Kapitalrücklage/Minderheitenanteile	49.809
Gewinnrücklagen- und Ergebnisvorträge	60.189
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	8.711
Rücklagen aus der Kapitalkonsolidierung	23.038
	<b>168.541</b>
<b>Sonderposten mit Rücklageanteil</b>	<b>400</b>
<b>Rückstellungen</b>	<b>66.203</b>
<b>Anleihe</b>	<b>120.000</b>
<b>Verbindlichkeiten</b>	<b>359.253</b>
<b>Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>1.877</b>
	<b>716.274</b>

**Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung 1. Halbjahr 2002**

**(in Tausend €)**

Umsatzerlöse	389.145
Erhöhung/Verminderung des Bestands an fertigen und unfertigen Erzeugnissen sowie an Grundstücken, Gebäuden und unfertigen Bauten	1.957
Andere aktivierte Eigenleistungen	9
<b>Gesamtleistung</b>	<b>391.111</b>
Sonstige betriebliche Erträge	7.467
Materialaufwand	228.602
<b>Rohhertrag</b>	<b>169.976</b>
Personalaufwand	78.797
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	12.428
Sonstige betriebliche Aufwendungen	59.572
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>19.179</b>
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	4.085
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	14.553
<b>Finanzergebnis</b>	<b>-10.468</b>
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>8.711</b>



Der weitere Verlauf der wirtschaftlichen Entwicklung im laufenden Geschäftsjahr wird in unserer Gruppe von folgenden Faktoren bestimmt werden:

- allgemeine Konjunkturlage,
- Umsetzung der intern eingeleiteten Optimierungsmaßnahmen sowie
- im Bereich Payment Systems durch Auftragseingänge vom Weltmarkt für Münzronden.

Hinsichtlich der allgemeinen Konjunkturlage ist zu berücksichtigen, dass ein wesentlicher Teil unseres Absatzes in Westeuropa erfolgt. In dieser Region zeichnen sich im Allgemeinen die Monate Juli und August urlaubsbedingt durch eine geringe Tätigkeit aus.

Für die daran anschließende Entwicklung erwarten wir eine Verstärkung der Nachfrage im Bereich Fastening Systems, da nach unseren Einschätzungen die Nachfrage des verarbeitenden Gewerbes zunehmen wird.

Sowohl im Bereich Non-Ferrous Metal Technology als auch im Bereich Home Decoration erwarten wir eine Belebung der Märkte ab dem vierten Quartal 2002.

Der Absatz in den anderen Regionen der Welt, insbesondere in Asien und den USA, wird sich stabil entwickeln, wobei wir eine Verbesserung in den USA erwarten. Letzteres jedoch weniger aus einer substantiellen Konjunkturbelebung heraus als vielmehr aus unseren eigenen Marktanstrengungen der Vergangenheit, die ab dem vierten Quartal verstärkt Früchte tragen werden.

Die Umsetzung der Optimierungsmaßnahmen wird in allen Bereichen zu einer spürbaren Kostenreduzierung führen. Dazu zählen im Einzelnen:

- Prozessoptimierung in den Bereichen Non-Ferrous Metal Technology und Payment Systems,
- Ausweitung der eigen gefertigten Produktpalette in den Bereichen Fastening Systems und Home Decoration,
- Umsetzung der Integrationsbemühungen im Bereich Home Decoration.


Die Maßnahmen sind eingeleitet und werden 2002 in großem Umfange umgesetzt werden.

Von besonderer Bedeutung hierbei sind die Integrationsmaßnahmen in der Business Unit Home Decoration. Die mit diesen Maßnahmen verbundenen Aufwendungen werden das Ergebnis nicht belasten, da hierfür im Zeitpunkt des Erwerbs der Alkor/Venilia-Gruppe bereits Vorsorge in Form von Rückstellungen getroffen wurde.

Die Business Unit Payment Systems mit ihren Vertriebsaktivitäten der EuroCoin AG hat bereits im ersten Halbjahr 2002 bewiesen, dass sie sich gegen den verstärkten Wettbewerbsdruck auf dem Weltmarkt behaupten kann. Wir erwarten hier weitere Auftragseingänge im 2. Halbjahr 2002, die auch noch in diesem Jahr zur Abrechnung gelangen können.

Insgesamt halten wir an unserem Umsatzziel von 800 Mio. € für das Gesamtjahr 2002 fest. Wir erwarten, dass die etwas schwächere Entwicklung im 1. Halbjahr 2002 durch eine verbesserte Konjunkturlage im 2. Halbjahr 2002 ausgeglichen werden kann.

Im Hinblick auf das Jahresergebnis erwarten wir eine Abschwächung gegenüber dem überragenden Jahr 2001. Die positiven Effekte zum einen aus der Schaffung der Business Unit Home Decoration und zum anderen aufgrund der Verbesserungen im Bereich Non-Ferrous Metal Technology sind wegen der dort notwendigen Übergangsphasen im Jahr 2002 noch nicht geeignet, den erwarteten Rückgang in der Business Unit Payment Systems zu kompensieren.



Herausgeber: VDN AG  
Konzeption und Inhalt: VDN AG/Haubrok Investor Relations  
Gestaltung: BOROS, Agentur für Kommunikation  
Fotos: Getty Images, Michael Dannemann  
Druck: Michelpresse, Druck- und Medienhaus, Neuss

Gedruckt auf umweltfreundlichem, chlorfrei gebleichtem Papier.

