

Rede von

Armin Papperger

Vorsitzender des Vorstands der Rheinmetall AG

zur

Hauptversammlung 2021

am 11. Mai 2021

(Es gilt das gesprochene Wort)

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
meine Damen und Herren,

das zweite Jahr in Folge kann ich Sie nicht wie gewohnt von Angesicht zu Angesicht begrüßen. Wie im vergangenen Jahr grüße ich Sie in diesen für uns alle herausfordernden Zeiten aus unserer Unternehmenszentrale in Düsseldorf – ich begrüße Sie zur virtuellen Hauptversammlung der Rheinmetall AG an Ihren Bildschirmen zu Hause oder wo immer Sie uns heute folgen.

Das vergangene Jahr, das Jahr 2020, hat uns allen viel abverlangt – privat und geschäftlich. Auch wenn wir aufgrund der weltweiten Impfkampagnen in diesem Frühjahr hoffen dürfen, bald wieder zur Normalität zurückzufinden, hat der Schutz der Gesundheit für uns bei Rheinmetall in diesen Tagen weiter allerhöchste Priorität. Dies gilt in allen unseren Werken, dies gilt an unseren rund 130 Standorten weltweit. Der Schutz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor den Risiken einer Ansteckung steht überall an allererster Stelle.

Bevor ich auf das vergangene Geschäftsjahr anhand von Zahlen und Fakten näher eingehe und bevor ich Ihnen die zu Beginn des Jahres begonnene strategische Neuausrichtung von Rheinmetall erläutere, will ich Ihnen kurz berichten, wie wir bei Rheinmetall die Corona-Situation bisher bewältigt haben.

Zusammenfassend können wir feststellen: Wir waren in den vergangenen Monaten mit unserem Corona-Krisenmanagement erfolgreich.

Wir konnten die Ausbreitung des Virus an allen unseren Standorten eindämmen. Unsere Hygienemaßnahmen, unsere Home-Office-Regeln, die Abstandsgebote in der Fertigung, das frühzeitige Verteilen von FFP2-Masken, unsere Testkampagnen – das alles hat sich bewährt. Das alles hat dazu beigetragen, dass wir das Infektionsgeschehen aus unseren Werken weitestgehend fernhalten konnten.

Wir haben unsere Treffen und Sitzungen nahezu vollständig ins Digitale verlegt, wir sind kaum gereist und haben – wo immer möglich – das mobile Arbeiten durchgesetzt. Davon werden wir uns vieles nach der Pandemie bewahren.

Wir haben schnell und konsequent auf die drastischen Einschnitte in der Automobilproduktion reagiert. Striktes Cash- und Kostenmanagement hat uns wirtschaftlich geholfen und hilft uns bis heute – auch wenn wir seit einigen Monaten sehen, dass sich die Automobilmärkte Schritt für Schritt erholen. Unsere Lieferketten haben gehalten. Bis heute konnten wir alle unsere Kunden bedienen.

Wir haben gerade in den Anfangsmonaten der Pandemie das öffentliche Gesundheitswesen in großem Umfang mit der Beschaffung und der Lieferung von Persönlicher Schutzausrüstung unterstützt. Dabei haben uns die guten Kontakte in China, aber auch unsere Logistik-Kompetenz und unsere Erfahrung in der Qualitätssicherung geholfen.

Wir bereiten uns jetzt seit einigen Wochen auf betriebliche Impfkampagnen vor. Wir wollen, dass unsere Belegschaften, sobald das möglich ist, von unseren Betriebsärzten geimpft werden können. Und wir im Vorstand werden das unterstützen: Wir haben entschieden, auf einen Teil unseres Gehaltes zu verzichten, das dann für eine schnelle und effektive Impfkampagne für die Beschäftigten von Rheinmetall zur Verfügung stehen wird.

Meine Damen und Herren,

das erfolgreiche Corona-Krisenmanagement war das Fundament unseres geschäftlichen Erfolgs im vergangenen Jahr. Trotz Corona und der kräftigen Einbußen, die die Pandemie gerade im Automobilsektor verursacht hat, haben wir bei Rheinmetall unser drittbestes operatives Ergebnis der Unternehmensgeschichte erreicht – ein operatives Ergebnis von über 400 MioEUR. Auch beim Cashflow verzeichneten wir bereits das zweite Jahr in Folge eine starke Entwicklung. Beim Operativen Free Cashflow haben wir die Marke von 200 MioEUR übertroffen. Die gute Entwicklung unserer operativen Kennzahlen, die ausgezeichnete Liquiditätslage, unsere solide Bilanz und unsere Zukunftsaussichten – all das zusammengenommen hat uns dazu geführt, Ihnen heute die Ausschüttung einer Dividende

von 2,00 Euro je Aktie vorzuschlagen. Damit zeigen wir Stabilität und Kontinuität in Zeiten, in denen sich vieles schnell und gravierend ändert.

An unseren Zahlen lässt sich aber auch das Engagement und die Leistung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ablesen, denen wir in den vergangenen Monaten manches zugemutet haben. Ihnen haben wir das alles zu verdanken. Sie haben Tag für Tag mitgeholfen, alle unsere Geschäftsprozesse stabil zu halten, um die Auswirkungen der Krise für uns, für Rheinmetall zu minimieren. Das ist für mich Anlass, mich an dieser Stelle bei allen unseren weltweit über 25.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu bedanken. Sie haben in den vergangenen Monaten Großartiges für unser Unternehmen geleistet.

Lassen Sie mich Ihnen, meine sehr geehrten Damen und Herren, an dieser Stelle noch ein paar genauere Einblicke in die Entwicklung von Rheinmetall im Geschäftsjahr 2020 geben.

Beim Umsatz sind wir mit fast 5,9 MrdEUR nur leicht hinter dem Vorjahr geblieben. Und das obwohl die Automobilproduktion in China während des *ersten Quartals* und außerhalb von China im *zweiten Quartal* fast vollständig zum Erliegen kam. Das hat uns massive Umsatzausfälle beschert, die wir im Laufe des zweiten Halbjahrs zwar teilweise ausgleichen konnten. Aber eben nicht zu 100%. Gleichzeitig waren wir am Markt mit Neuaufträgen überaus erfolgreich: Beim Auftragsbestand erreichten wir zum Jahresende 2020 mit rund 13,4 MrdEUR im Konzern ein neues Allzeithoch. Das sichert unsere Auftragslage in den kommenden Jahren ganz hervorragend ab.

Auch im Jahr 2020 haben wir wieder konsequent in unsere Zukunft investiert: Konzernweit haben wir über 670 MioEUR für Investitionen und für Forschung und Entwicklung ausgegeben – also etwa so viel wie im Jahr davor. Davon sind 301 MioEUR in Sachinvestitionen geflossen und 372 MioEUR waren Kosten für Forschung und Entwicklung. Das entspricht einer F&E-Quote von 6,3%. Damit gehören wir zu den entwicklungsintensiven Unternehmen. Von unseren mehr als 25.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weltweit waren fast 4.300, also ungefähr jeder sechste, in Entwicklungsabteilungen beschäftigt.

Ich hatte es schon angesprochen: Was die operative Ergebnisentwicklung angeht, war 2020 für Rheinmetall ein gutes Jahr. Unser drittbestes. Das operative Ergebnis ist mit 426 MioEUR aufgrund des Umsatzrückgangs zwar unter dem Rekordwert des Vorjahres geblieben. Aber

mit einer operativen Rendite von 7,3% können wir uns sehen lassen. Damit liegen wir in einem Jahr, in dem die Wirtschaft weltweit von der Coronakrise getroffen wurde, in der Tat nicht schlecht.

Erfreulich war im vergangenen Jahr auch die Entwicklung des Cashflows. Aufgrund schwankender Anzahlungen, die unser Defence-Geschäft prägen, unterliegt der Cashflow in unserem Geschäft gewöhnlich höheren Ausschlägen von Jahr zu Jahr. Unser derzeit gültiges Ziel ist es, im Mittel der Jahre einen Cashflow zwischen 2 und 4% vom Umsatz zu erwirtschaften. Nach 2019 ist uns das auch im Jahr 2020 gelungen. Mit einem freien Cashflow von 217 MioEUR liegen wir am oberen Ende unserer Zielspanne – nämlich bei 3,7%.

Auch unsere Liquiditätssituation haben wir sehr ordentlich gemanagt. Zum Jahresende hatten wir über eine Milliarde Euro auf unseren Konten – rund 100 MioEUR mehr als zum Ultimo im Jahr davor. Damit haben wir unsere Nettoverschuldung zum Jahresende ins Positive gedreht, wir zeigen zum 31. Dezember 2020 eine positive Nettoliquidität.

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern, also das berichtete EBIT, enthält für das vergangene Jahr erhebliche Sondereffekte. Im Wesentlichen waren das Wertminderungen und Restrukturierungen, die wir im Automobilgeschäft vornehmen mussten. Die Wertminderungen in Höhe von 300 MioEUR mussten wir vornehmen, weil wir in Übereinstimmung mit allen Experten von einer verzögerten Erholung der Automobilproduktion in den Jahren nach der Corona-Krise ausgehen. Die Restrukturierungsaufwendungen von weiteren 40 MioEUR sind letztlich der Transformation der Automobilindustrie und der Optimierung unseres internationalen Standortnetzwerkes geschuldet. Alles in allem führt dies zu einem deutlichen Rückgang beim EBIT auf 89 MioEUR.

Das Ergebnis je Aktie haben wir in absoluter Form berechnet, aber – unter Berücksichtigung der gerade erwähnten einmaligen Sondereffekte – auch als adjustiertes Ergebnis pro Aktie. Dieses adjustierte Ergebnis war für uns die tragfähige, weil nachhaltigere Grundlage für unseren Dividendenvorschlag. Wir schlagen Ihnen also heute vor, für das vergangene Geschäftsjahr eine Dividende von 2,00 EUR je Aktie auszuschütten. Das entspricht einer Ausschüttungsquote von 34%. Mit dieser Quote liegen wir leicht über Vorjahr und bleiben in der von uns angestrebten Bandbreite zwischen 30 und 35%.

Meine Damen und Herren,

Resilienz in der Pandemie: Die hat uns im vergangenen Jahr bei Rheinmetall ausgezeichnet. Dabei konnten wir uns vor allem auf unser militärisches Geschäft stützen, das sich von der Krise im Wesentlichen unbeeindruckt gezeigt hat. Unsere Defence-Werke waren von staatlich angeordneten Lockdown-Maßnahmen der Wirtschaft nur in wenigen Ausnahmefällen betroffen. In den allermeisten Ländern gilt die Verteidigungsindustrie als systemrelevant. Wir durften weiter produzieren. Und wir haben kräftig Aufträge akquiriert. Mit fast 6,4 MrdEUR erreicht unser Auftragseingang im Militärgeschäft im Jahr 2020 einen historisch hohen Wert. 90% des Auftragseingangs haben wir in Deutschland, in anderen NATO-Staaten und in Australien erzielt. Das heißt: Wir sind auf einem guten Weg, uns von Exportgenehmigungen unabhängiger zu machen. Einen großen Anteil am hohen Auftragseingang hatte im vergangenen Jahr der erste Serienauftrag für unseren neuen Schützenpanzer Lynx, den wir aus Ungarn erhalten haben. Darin liegt großes Potenzial, auf das ich später noch eingehen werde.

Alles in allem sind wir mit unseren Defence-Divisionen im vergangenen Jahr um 6% gewachsen, beim Umsatz haben wir die Marke von 3,7 MrdEUR übertroffen. Mit diesem Wachstum war eine kräftige Ergebnisverbesserung verbunden. Unser operatives Ergebnis im Verteidigungsgeschäft erreichte mit 414 MioEUR ebenfalls einen neuen Höchstwert und die Marge war mit 11,1% zweistellig. Eine zweistellige Marge – das ist die Größenordnung, die wir uns auch in den kommenden Jahren vornehmen.

Anders zeichnet sich das Bild in den Divisionen, mit denen wir primär die internationale Automobilindustrie bedienen. Wie die gesamte Branche haben wir unter dem massiven Produktionsrückgang im vergangenen Jahr gelitten. Zu einem kleinen Teil war dieser Rückgang konjunkturell begründet. Damit hatten wir gerechnet. Der Großteil war aber durch die globalen Produktionsstopps in Folge der Pandemie ausgelöst, die uns und die gesamte Branche unvorhergesehen getroffen haben. Davon war insbesondere das erste Halbjahr beeinflusst. In den ersten sechs Monaten mussten wir einen Umsatzrückgang von 34% hinnehmen und haben mit Verlusten abgeschlossen. Im zweiten Halbjahr haben wir einen Teil davon wieder aufgeholt, aber eben nicht alles. Dennoch konnten wir unser Geschäft in

der zweiten Jahreshälfte zurück in die Gewinnzone führen. Übers Jahr gesehen haben wir in unserem zivilen Geschäft mit einem operativen Ergebnis von 33 MioEUR sogar noch mit einem Plus abgeschlossen. Diese Entwicklung soll sich im laufenden Jahr fortsetzen und hinsichtlich der Profitabilität wollen wir wieder an die Zeit vor Corona anknüpfen.

Dennoch hatte das Krisenjahr 2020 auch für unsere Automobil-Divisionen positive Aspekte. Einen hatte ich bereits erwähnt: Wir haben seit Beginn der Pandemie ein striktes Cash- und Kostenmanagement etabliert. Daran halten wir jetzt soweit wie möglich weiter fest. Das hilft uns – zusammen mit der erkennbaren Markterholung – auf dem Weg zurück zur früheren Margenstärke. Und zweites: Bei allen Einschränkungen in der Pandemie ist es uns gelungen, im vergangenen Jahr für 2,7 MrdEUR Neugeschäft mit Automobilkunden zu buchen. Davon fast 15% mit Produkten abseits des Verbrennungsmotors – also mit Komponenten für alternative Antriebsformen. Das ist umso bemerkenswerter, als sich die Verkaufs- und Produktionszahlen bei Fahrzeugen mit alternativen Antrieben insgesamt noch auf recht niedrigem Niveau bewegen.

Meine Damen und Herren,

soviel zum Geschäftsjahr 2020. Im Folgenden will ich in die Zukunft von Rheinmetall blicken. Ich werde Ihnen die strategische Neuausrichtung von Rheinmetall darstellen und die neuen mittelfristigen Finanzziele, die wir uns bis 2025 vorgenommen haben.

Bereits in den vergangenen beiden Jahren hatte ich davon berichtet, dass wir Rheinmetall stärker als integrierten Technologiekonzern aufstellen wollen. Das heißt, dass wir uns auf Dauer stärker an Technologien ausrichten und uns entsprechend organisieren. Das packen wir seit Beginn dieses Jahres endgültig an. Warum tun wir das? Wir tun das, weil wir überzeugt sind, dass wir damit den technologischen Wandel der kommenden Jahre besser mitgestalten können und weil wir für unser Unternehmen zusätzliches Wachstum und eine nachhaltige Wertsteigerung generieren wollen.

Strategisch haben wir uns drei klare Mittelfristziele gesetzt.

Erstens: Wir wollen den Automotive-Anteil am Geschäftsvolumen von Rheinmetall reduzieren. Das betrifft in erster Linie unsere rein auf den Verbrennungsmotor ausgerichteten Produkte. Wir konzentrieren uns in Zukunft vor allem auf Technologien und Produkte für alternative Antriebsformen und wir transformieren diese Technologien auch auf andere nicht-automobile Anwendungen.

Zweitens: Wir setzen allen unseren Geschäftseinheiten ein mittelfristig zu erreichendes Mindest-Rendite-Ziel. Dieses Ziel haben wir auf eine operative Marge von mindestens 10% festgelegt.

Drittens: Wir betreiben in Zukunft viel stärker als bisher ein aktives kontinuierliches Portfolio-Management. Das heißt: Wir trennen uns konsequent von Teilen unseres Geschäfts, wenn wir kein nachhaltiges Wertsteigerungspotenzial erkennen. Umgekehrt verstärken wir uns mit Zukäufen dann, wenn wir darin Potenzial zur Steigerung unseres Unternehmenswerts sehen.

Die organisatorischen Voraussetzungen zur Umsetzung dieser Ziele werden wir jetzt schaffen. Wir haben angekündigt, dass wir unser rein verbrennungsmotorisch ausgerichtetes Kolbengeschäft veräußern wollen. Den Prozess dazu haben wir gestartet. Er wird von Goldman Sachs begleitet. Erste Ergebnisse erwarten wir noch im ersten Halbjahr.

Die strikte Trennung nach den bisherigen Unternehmensbereichen Automotive und Defence haben wir zu Beginn des Jahres aufgehoben. Als integrierter Technologiekonzern führen wir unter dem Dach der Konzernholding jetzt fünf Divisionen, zwischen denen ein intensiver Technologietransfer stattfinden wird. Geführt werden diese fünf Divisionen jetzt direkt durch den Konzernvorstand.

Konsequenterweise haben wir in diesem Zusammenhang die bisherige Zwischenholding für unsere Automotive-Divisionen aufgelöst und integrieren sie in die bestehende Konzernstruktur. Damit können wir zugleich auf redundante Funktionen verzichten und Entscheidungsprozesse beschleunigen. Das tun wir auch, um noch schneller und unmittelbarer auf den raschen Wandel unserer Märkte zu reagieren.

Und so sieht unsere neue Unternehmensstruktur aus: Wir haben nur noch eine Holding, die mit allen notwendigen Zentralfunktionen ausgestattet ist. Unter dem Dach dieser Holding

steuern wir in Zukunft die fünf Divisionen. Die Divisionen sind zugleich auch die Berichtseinheiten, über deren Entwicklung wir vierteljährlich den Kapitalmarkt und damit auch Sie, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, informieren werden. Die fünf Divisionen sind Vehicle Systems, Weapon and Ammunition, Electronic Solutions, Sensors and Actuators und Materials and Trade.

Die ersten drei Divisionen, die in dieser Form auch bisher bestanden, bedienen vornehmlich militärische Kunden. Dazu kommt die Division Sensors and Actuators – sie entspricht unserer früheren Division Mechatronics. Und es kommt hinzu Materials and Trade. In dieser Division fassen wir unser Aftermarket-Geschäft als Handelsgeschäft und unsere vornehmlich materialgetriebenen Geschäftseinheiten für Gleitlager und Strukturteile zusammen. Der Geschäftsbereich Kolben ist Nicht-Kerngeschäft, für das wir – ich hatte es erwähnt – einen Übernahmepartner suchen. In unserer Berichterstattung werden wir diesen Bereich ab dem zweiten Quartal 2021 nach IFRS 5 als Discontinued Business ausweisen.

Lassen Sie mich an dieser Stelle noch ein paar Worte sagen zur Zukunft unserer beiden Divisionen, mit denen wir zur Zeit schwerpunktmäßig die internationalen Automobilhersteller beliefern.

In der *Division Sensors and Actuators* richten wir unser Augenmerk ganz auf profitables Wachstum. Wir wollen ein durchschnittliches jährliches Umsatzwachstum von 10% realisieren. Damit würden wir das prognostizierte Wachstum der internationalen Automobilproduktion deutlich übertreffen. Dass wir dazu in der Lage sind, haben wir in den vergangenen Jahren vor der Corona-Krise bewiesen: Schon in den Jahren zwischen 2015 und 2019 sind wir mit Sensors and Actuators stärker als die Automobilproduktion gewachsen. Und wir haben eine durchschnittliche operative Marge von 9,3% erzielt. Deshalb sind wir sicher, dass die Division Sensors and Actuators unser mittelfristiges Renditeziel von mindestens 10% erreichen kann und auch erreichen wird. Alleine das Wachstum, das wir für diese Division erwarten, wird unsere Margenerwartungen unterstützen. Dieses Wachstum ist nach wie vor getrieben durch gesetzliche Regulierungen und strengere Schwellenwerte bei den Emissionen. Es ist aber auch getrieben durch die Expansion dieser Division auf asiatischen Märkten, die wir seit einigen Jahren vorantreiben. Hinzu kommt, dass wir für die Technologiekompetenzen bei Sensors and Actuators hervorragende

Möglichkeiten im Bereich der alternativen Antriebe und in neuen nicht-automobilen Anwendungen erkennen.

Zusammenfassend kann man sagen: Die Wachstumschancen für Sensors and Actuators ruhen auf drei Säulen. *Erstens*: Auf innovativen Produkten für eine umweltschonende Mobilität, getrieben etwa durch die strengere Regulierung bei Treibstoffabgasen. Alleine mit der von uns entwickelten elektronischen Vapor-Pump zur Reduzierung von Treibstoffabgasen haben wir seit ihrer Markteinführung im Jahr 2018 Geschäft für über eine Milliarde Euro gebucht. Auf diesem Feld sehen wir mittelfristig ein jährliches Umsatzpotenzial von bis zu 300 MioEUR. Die *zweite Säule* sind die alternativen Antriebsformen. Hier sehen wir gute Chance für unsere Thermomanagementsysteme. Aber auch für unser Produktspektrum rund um die Brennstoffzelle, mit einem Umsatzpotenzial von jährlich bis zu 500 MioEUR. Und die *dritte Säule* mit einem mittelfristigen Potenzial von bis zu 200 MioEUR ist die Diversifikation. Das Ausbreiten unserer Technologien auf andere nicht automobilen Anwendungen. Beispiele dafür sind etwa der Einsatz von Thermosystemen zur Kühlung von großen Serveranlagen oder von 5G-Antennenstationen. Außerdem wird es vermehrt um Wasserstoffanwendungen gehen.

Dabei zielen wir eben nicht primär nur auf die Brennstoffzellentechnik im Fahrzeugbau, die aus unserer Sicht vor allem bei Nutzfahrzeugen eine Rolle spielen dürfte. Wir zielen auf den Einsatz unserer Produkte in stationären Anwendungen und in der kompletten Wertschöpfungskette – von der erneuerbaren Stromerzeugung, über die Wasserstoffproduktion, über den Transport und die Lagerung von Wasserstoff bis hin zur Wasserstoffnutzung. Überall in dieser Wertschöpfungskette werden unsere Produkte gebraucht. Wir sind heute schon Technologieführer bei Nebenaggregaten wie Pumpen, Klappen und Ventilen. Ursprünglich entwickelt für den Verbrennungsmotor ist diese Kompetenz 1 zu 1 übertragbar auf die Brennstoffzelle. Das macht uns wie von selbst zu einem Brennstoffzellenspezialisten. Und Wasserstoff wird sich in Zukunft – davon sind wir überzeugt – zu einem der wichtigsten Energieträger entwickeln. Die wasserstoffbasierte Brennstoffzellentechnik wird zu einer Schlüsseltechnologie der Zukunft.

Was für die Division Sensors and Actuators gilt, gilt auch für *Materials and Trade*. Für die drei in dieser Division vereinten Geschäftseinheiten sehen wir ein durchschnittliches jährliches

Wachstum zwischen 5 und 7%. Die das Handelsgeschäft umfassende Einheit *Aftermarket* soll in den kommenden fünf Jahren um rund 100 MioEUR auf 440 MioEUR wachsen. Dabei setzen wir vor allem auf regionale Expansion. Der Bereich hat in der Vergangenheit gezeigt, dass er in der Lage ist, Margen jenseits der 9% zu erzielen. Bei *Gleitlagern* wollen wir bis 2025 auf einen Umsatz von 300 MioEUR kommen – getrieben vor allem durch eine beschleunigte Diversifikation bei Lagern für Industrieanwendungen, zum Beispiel für Windkraftanlagen. Und bei den Strukturbauteilen, die wir in unseren Joint-Venture-Gesellschaften zusammen mit chinesischen Partnern betreiben, setzen wir auf unsere Technologieführerschaft. Hier werden wir vom internationalen Trend zu immer mehr Leichtbauteilen profitieren. Bis 2025 wollen wir mit den Strukturteilen die Umsatzschwelle von einer Milliarde Euro überschreiten.

Meine Damen und Herren,

soviel zu unseren rein zivil ausgerichteten Divisionen. Was unser *militärisches Geschäft* angeht, sehen wir auch in den kommenden Jahren hervorragende Perspektiven. Die Verteidigungsbudgets zeigen sich trotz Corona in den für uns wichtigen Märkten weiterhin sehr robust. Zum Teil werden sogar wachsende Budgets angekündigt, wie etwa in Australien und Großbritannien. In beiden Ländern konnten wir uns in den vergangenen Jahren als wichtigster Ausrüstungspartner der Landstreitkräfte etablieren. Neben Deutschland, wo wir seit 2015 unser Umsatzvolumen mit der Bundeswehr fast verdreifacht haben, sind Australien und Großbritannien zu Heimmärkten für uns geworden. Gleiches wollen wir in dem für uns neuen ungarischen Markt schaffen. Dabei sind wir auf einem guten Weg.

In vielen Nationen werden Investitionen in die nationale Sicherheit angesichts zunehmender Konflikte und völlig neuer Bedrohungen weiter forciert. Programme zur Modernisierung der Streitkräfte haben weiter oberste Priorität. Mit Blick auf unser Geschäft spielen dabei vor allem die großen Fahrzeugprogramme eine Rolle, für die es viele Neuausschreibungen gibt, und bei denen wir auch nach Corona nicht mit Stornierungen rechnen.

Vor diesem Hintergrund sehen wir für unser umfangreiches Fahrzeugportfolio in den kommenden zehn Jahren ein hohes Auftragspotenzial. Das fängt an bei den *Schützenpanzern*

Puma und Lynx. Der Puma bleibt vor allem für die Bundeswehr von hoher Relevanz. Hier erwarten wir noch in diesem Jahr Aufträge für dessen Aufrüstung im Zusammenhang mit den Verpflichtungen der Bundeswehr in der Schnellen Eingreiftruppe der Nato. Außerdem rechnen wir fest damit, dass die Bundeswehr in Zukunft für den Puma noch ein zweites Los in Auftrag gibt. Der von uns eigenständig entwickelte Lynx ist zur Zeit vor allem auf internationalen Märkten gefragt. Dazu komme ich gleich. Bei den *Kampfpanzern* sind wir mit unserer britischen Tochtergesellschaft im Rennen um das Upgrade-Programm für den britischen Challenger-Panzer kurz vor dem Ziel – ein Auftragsvolumen deutlich im dreistelligen Millionen-Euro-Bereich. Und wir gehen davon aus, dass noch vor der Bundestagswahl eine Entscheidung auf Regierungsebene getroffen wird, welches der beteiligten Unternehmen welchen Teil des neuen Main Ground Combat Systems entwickeln wird – das europäische Kampfpanzer-System der Zukunft. Dabei wollen und werden wir als Rheinmetall eine zentrale Rolle spielen.

Bei den *Radpanzern* sind wir in den unterschiedlichen Größenklassen aktiv. Angefangen vom 4x4-Fahrzeug, das wir für Ungarn planen, über unseren weiterentwickelten Fuchs und den Boxer, der sich auf internationalem Terrain mehr und mehr durchsetzt. Und last but not least: Unser militärisches *Lkw-Portfolio*, mit dem wir uns in nahezu allen wichtigen internationalen Wettbewerben der vergangenen Jahre und zuletzt auch bei der Bundeswehr durchgesetzt haben. Alles in allem gehen wir davon aus, dass wir als weltweit einziger Anbieter mit einem derart umfassenden Portfolio bei militärischen Fahrzeugen in den kommenden Jahren Neuaufträge in der Größenordnung zwischen 30 bis 60 MrdEUR für uns verbuchen können.

Einen strategisch wichtigen Auftragserfolg können wir bereits auf unsere Fahnen schreiben. Im vergangenen Jahr haben wir den ersten Serienauftrag für unseren Schützenpanzer Lynx gewonnen. Ungarn hat uns mit der Lieferung von mehr als 200 Lynx-Panzern beauftragt im Wert von über 3MrdEUR. Damit wurden wir zugleich zum wichtigsten Industriepartner bei der Modernisierung der ungarischen Landstreitkräfte. In der Folge waren wir in Ungarn mit Radarsystemen erfolgreich, die unsere kanadische Tochtergesellschaft liefern wird. Außerdem haben wir für unser aktives Schutzsystem einen Auftrag von über 100 MioEUR gewonnen. Und auch im Munitionsbereich rechnen wir mit weiteren Aufträgen.

Der Erfolg des Lynx in Ungarn könnte eine Katalysator-Wirkung entfalten. Wir sind mit Tschechien, mit der Slowakei und Slowenien in Gesprächen, aber auch mit südeuropäischen Ländern. In Australien steht der Lynx als eines von noch zwei verbliebenen Fahrzeugen im Wettbewerb im Land-400-Programm. Dort geht es immerhin um mehr als 400 Fahrzeuge. Und wir haben uns zusammen mit großen US-Partnerunternehmen in den USA im dortigen Schützenpanzerprogramm beworben. Das ist allerdings noch Zukunftsmusik. Alle anderen Programme sollen in den kommenden zwei, drei Jahren entschieden und vergeben werden.

Kurzum: Unser Wachstum im militärischen Geschäft wird sich fortsetzen und es wird ganz wesentlich durch Fahrzeugsysteme getrieben sein. Auf einen wichtigen Punkt will ich in diesem Zusammenhang noch hinweisen: Mit steigenden Fahrzeugverkäufen wächst auch unser militärisches Servicegeschäft. Über die Jahre, in denen eines unserer Fahrzeuge bei den Streitkräften im Einsatz ist, machen wir in der Regel einen Lifecycle-Umsatz, der doppelt so hoch ist wie der Umsatz mit der eigentlichen Fahrzeugplattform. Das betrifft den Umsatz mit Ersatzteilen, mit Wartung und Instandhaltung, mit Munition, technischer Dokumentation oder mit Ausbildungssystemen. Unser Servicegeschäft ist allein im vergangenen Jahr um 10% gewachsen – auf 563 MioEUR. Und wir trauen uns bis 2025 alleine im Lifecycle- und Servicegeschäft ein Umsatzvolumen von rund einer Milliarde Euro zu.

Ein weiteres Feld, auf dem wir wachsen wollen, ist das der Cyber-Sicherheit. Cyber-Sicherheit wird angesichts der ständig wachsenden Zahl an Angriffen auf die Netzwerke in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen. Wir haben dazu in den vergangenen Jahren eigene Sicherheitslösungen entwickelt und unsere Kompetenzen in einer Tochtergesellschaft – in der Rheinmetall Cyber Solutions GmbH – gebündelt. Mit unserem Produkt haben wir im vergangenen Jahr den Innovationspreis der Bundeswehr gewonnen. Wir stehen kurz davor, einen ersten Industriauftrag zu unterzeichnen. Das ist unser Einstieg in ein Zukunftsgeschäft, das hohes Wachstum und hohe Margen verspricht. Wir gehen davon aus, dass wir bis 2025 mit unseren Cyber-Security-Produkten einen Ergebnisbeitrag von rund 40 MioEUR erwirtschaften können. Dabei können wir uns vorstellen, auch in andere Anwendungsgebiete – etwa in der Mobilität, beim autonomen Fahren - vorzudringen.

Das zeigt, dass wir als ein integrierter Technologiekonzern mit der Vielfalt unserer Kompetenzen und der Breite unseres Technologieportfolios auf ganz unterschiedlichen Märkten reüssieren können.

Im Ergebnis wird unsere strategische Neuausrichtung dazu führen, dass wir von heute aus gesehen zu einer Gewichtsverschiebung unserer Umsatzanteile kommen werden.

Für 2025 – also in einem durchaus überschaubaren zeitlichen Rahmen – zielen wir ohne unser Kolbengeschäft auf einen Konzernumsatz von 8,5 MrdEUR – kommend von den 5,9 MrdEUR, die wir im vergangenen Jahr einschließlich der Kolben erreicht haben. Der Rüstungsanteil an diesem Zielumsatz wird sich auf rund 70% belaufen, ausgehend von den gut 60%, die es im vergangenen Jahr gewesen sind. Und eine zweite Verschiebung wird es geben: Der Umsatzanteil, der auf Produkte für den klassischen Verbrennungsmotor entfällt, wird sich auf unter 20% verringern. 2020 lagen wir noch bei fast 30%. Mit Produkten für den Elektroantrieb und mit Produkten für neue Anwendungen planen wir bis 2025 mit einem Umsatzanteil von über 10%. Damit drückt sich in Zahlen aus, wie wir uns dem Wandel unserer Märkte und der technologischen Transformation stellen. Und wie wir dies alles nutzen, um zu wachsen: im Umsatz und beim Ergebnis.

Bevor ich Ihnen zum Abschluss die neuen Finanzziele vorstelle, die wir uns im Zusammenhang mit der strategischen Neuausrichtung vorgenommen haben, und bevor ich Ihnen die Prognosen für das laufende Jahr erläutere, will ich noch einen Abstecher machen auf das für alle Unternehmen immer wichtigere Feld der guten und verantwortungsvollen Unternehmensführung – also auf das Feld von ESG – Environment, Social und Governance.

Wir bei Rheinmetall haben uns ein festes Umweltziel gesetzt: Bis 2035 wollen wir in unserem Unternehmen CO₂-neutral wirtschaften. Darüber hinaus haben wir uns einem strikten Ressourcenmanagement verschrieben. Wir geben uns Energiesparziele und Ziele bei der Nutzung erneuerbarer Energien. Den Wasserverbrauch zum Beispiel wollen wir in den nächsten zwei Jahren um 10% senken. Unter dem Stichwort „Social“ sind wir schon seit geraumer Zeit dabei, maximale Transparenz in unseren Lieferketten herzustellen. Das ist zugegebenermaßen auch bei uns, wie bei den meisten Unternehmen, kein einfaches Unterfangen. Aber wir nehmen es sehr ernst und gehen es systematisch an. Außerdem werden wir im laufenden Jahr noch neue Kriterien für Arbeits- und Gesundheitsschutz

aufstellen, festschreiben und überprüfbar machen. Was die Governance betrifft, haben wir in den vergangenen Jahren unsere Compliance-Organisation beständig ausgebaut und professionalisiert. Das gibt uns bestmögliche Sicherheit. Und jeder bei uns im Unternehmen weiß mittlerweile: In Sachen Compliance gilt bei Rheinmetall eine Null-Toleranz-Politik. Darüber hinaus verfügen wir über eine umfassende Organisation für die Exportkontrolle und zur Einhaltung sämtlicher Handelsbestimmungen. Gerade weil wir im rüstungswirtschaftlichen Bereich tätig sind, handhaben wir diese Themen mit Akribie und mit allerhöchster Sensibilität.

Was die einschlägigen ESG-Ratings angeht, schneiden wir mit Blick auf unsere Peer-Group heute schon gut ab. Unser Ziel bleibt, das ESG-Rating von Rheinmetall Schritt für Schritt zu verbessern und die Transparenz und Überprüfbarkeit in diesem Zusammenhang zu steigern.

Einen wichtigen Schritt haben wir in diesem Jahr gemacht: Wir sind dem UN Global Compact beigetreten. Und ab dem kommenden Jahr mit dem Start des neuen Vergütungssystems wird das obere und mittlere Management von Rheinmetall mit einem 20-Prozent-Anteil der Long-Term-Incentives an ESG-Zielen gemessen. Das wird zu einem weiteren Meilenstein im Rahmen unseres Engagements für eine exzellente Unternehmensführung.

Das, meine Damen und Herren, sind einige wenige konkrete Beispiele, die Ihnen zeigen, dass ESG für uns kein Beiwerk ist. ESG ist für uns weit mehr: ESG ist ein elementarer Teil unserer Unternehmensstrategie.

Und jetzt – zum Schluss meiner heutigen Ausführungen – noch ein Blick auf das laufende Geschäftsjahr und auf unsere mittelfristigen Finanzziele.

Wir gehen, trotz der nach wie vor bestehenden Pandemie, von einem insgesamt positiven Marktumfeld aus. Die Weltwirtschaft ist, nach Einschätzung der meisten Experten, auf Wachstumskurs. Die Automobilproduktion ist nach drei Jahren einer rückläufigen Entwicklung wieder auf einen Erholungskurs eingeschwenkt. Und wir sehen – ich hatte das erwähnt – auf den für uns wichtigen Heimmärkten wachsende Verteidigungsbudgets.

Vor wenigen Tagen haben wir unsere Zahlen für das erste Quartal 2021 vorgelegt. Sie zeigen einen starken Jahresauftakt. Unseren Konzernumsatz haben wir auf gut 1,4 MrdEUR gesteigert, gemessen am Vorjahr ist das ein Plus von 3,5%. Währungsbereinigt waren es

sogar über 5%. Beim Ergebnis haben wir noch deutlicher zugelegt. Wir haben im ersten Quartal ein operatives Ergebnis von 87 MioEUR erwirtschaftet und damit das Vorjahresergebnis mehr als verdoppelt. Dieser Start ins neue Jahr stimmt uns sehr zuversichtlich. Wir sind auf einem guten Weg, in diesem Jahr an unsere bisherigen Rekordzahlen aus dem Jahr vor der Corona-Krise anzuknüpfen oder sie zu übertreffen.

Vorgenommen haben wir uns für 2021 ein Umsatzwachstum zwischen 7 und 9% – bezogen auf einen um das Kolbengeschäft bereinigten Vorjahresumsatz von rund 5,4 MrdEUR. Für die operative Ergebnisrendite im Konzern prognostizieren wir einen Gesamtjahreswert zwischen 9 und 10%. Der Vergleichswert im Vorjahr lag wiederum ohne das Kolbengeschäft bei 8,4%. Insgesamt entspricht diese Prognose unserer Guidance, die wir im März noch unter Einbezug der Kolben gegeben haben. An dieser Jahres-Guidance halten wir derzeit ungeachtet des guten Jahresauftakts weiter fest, weil die makroökonomischen Unsicherheiten einfach noch zu klar erkennbar sind.

Aber wir haben vor dem Hintergrund unserer strategischen Neuausrichtung die mittelfristigen Finanzziele für Rheinmetall angehoben. Bis 2025 wollen wir ohne das Kolbengeschäft einen Konzernumsatz von rund 8,5 MrdEUR erwirtschaften. Unsere operative Rendite soll auf mindestens 10% steigen. Und wir wollen Jahr für Jahr einen Free Cashflow zwischen 3% und 5% vom Umsatz erzielen. Das sind die neuen Ziele, die wir uns für Rheinmetall auf mittlere Sicht vorgenommen haben. Sie sind ambitioniert, aber sie sind aus unserer Sicht realistisch und sie sind erreichbar.

Meine sehr verehrten Aktionärinnen und Aktionäre,

ganz am Ende meiner Ausführungen möchte ich es nicht versäumen, mich auch bei Ihnen allen herzlich zu bedanken. Ich bedanke mich für Ihr Vertrauen in uns und in die Rheinmetall AG. Ich spreche diesen Dank ausdrücklich auch im Namen meiner Vorstandskollegen aus – im Namen von Peter-Sebastian Krause und im Namen von Helmut Merch, die dieser virtuellen Hauptversammlung zugeschaltet sind und uns online begleiten. Zusammen mit unserem kompletten Team bei Rheinmetall versprechen wir Ihnen, uns auch in Zukunft mit

ganzer Kraft zum Wohl Ihres Unternehmens einzusetzen. Wir wollen uns weiter tatkräftig für Rheinmetall und damit für Sie als unsere Aktionärinnen und Aktionär engagieren.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.