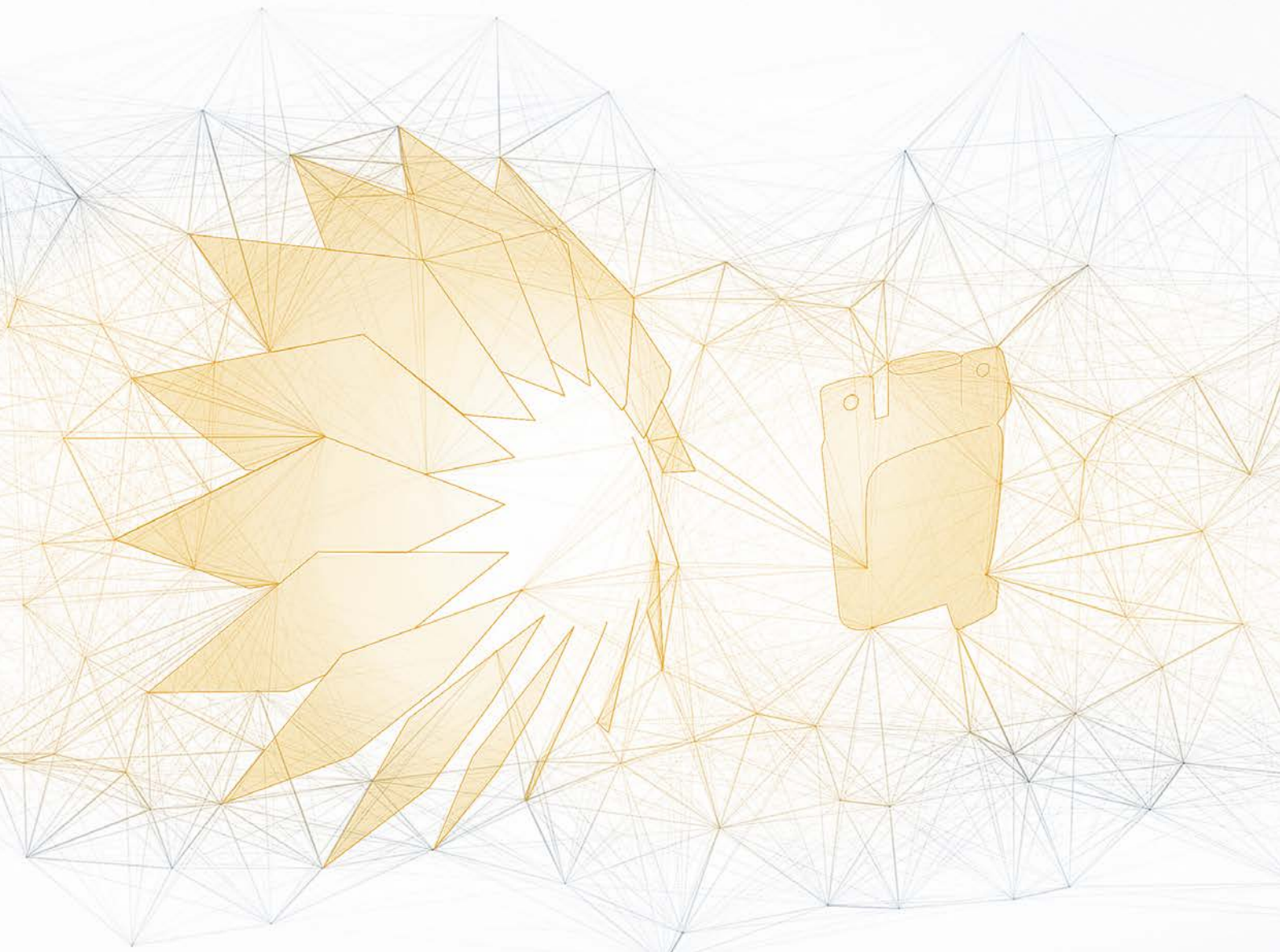




Technologie
mit Weitblick

GESCHÄFTSBERICHT

2013/2014



INNOVATIV SEIN

Seit 1899 prägt HELLA immer wieder mit herausragenden Ideen den Markt. Diese Innovationskraft ist Ursprung und Zukunft des Unternehmens zugleich. Wer weltweit führend sein will, muss neugierig, tiefgründig, ausdauernd und sehr beweglich sein – und bleiben. Ideenreichtum resultiert vor allem aus Vernetzung – auf allen Ebenen. So bringen unsere Mitarbeiter aus aller Welt neue, frische Ideen für sicherere Produkte oder effizientere Prozesse in das Unternehmen ein – tagtäglich.

Zwei Resultate kreativer, vernetzter und zukunftsweisender Arbeit
zeigt der Titel dieses Berichts: das Designkonzept einer Heckleuchte auf Basis organischer Leuchtdioden und den HELLA Radarsensor.

Kennzahlen

In Mio. €	2013/2014	2012/2013*	2011/2012*
Umsatzerlöse	5.343	4.835	4.637
Veränderung zum Vorjahr	11 %	4 %	–
Ergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern (EBITDA)	650	551	594
Veränderung zum Vorjahr	18 %	–7 %	–
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	341	291	339
Veränderung zum Vorjahr	17 %	–14 %	–
Konzernergebnis	230	206	231
Veränderung zum Vorjahr	12 %	–11 %	–
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	535	442	596
Veränderung zum Vorjahr	21 %	–26 %	–
Nettoinvestitionen**	368	427	297
Veränderung zum Vorjahr	–14 %	44 %	–
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung (F&E)	514	444	366
Veränderung zum Vorjahr	16 %	21 %	–

	31. Mai 2014	31. Mai 2013*	31. Mai 2012*
F&E-Quote	9,6 %	9,2 %	7,9 %
EBITDA-Marge	12,2 %	11,4 %	12,8 %
EBIT-Marge	6,4 %	6,0 %	7,3 %
Nettofinanzschulden (in Mio. €)	425	415	299
Nettofinanzschulden/EBITDA (Anteil)	0,7 x	0,8 x	0,5 x
Eigenkapitalquote	30,1 %	31,3 %	32,8 %
Eigenkapitalrendite	19,0 %	19,3 %	25,1 %
Personalstand	30.692	28.319	26.654

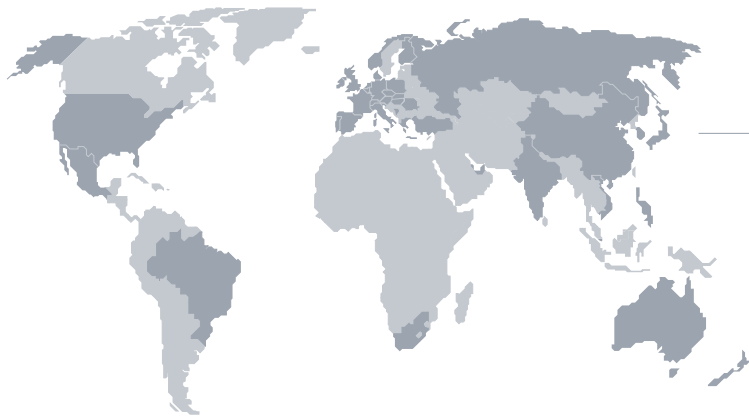
* Angepasst gemäß IFRS 11 und IAS 19R. Weitere Erläuterungen sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

** Auszahlungen für Investitionen saldiert mit Einzahlungen aus Kundenerstattungen.

Aufgrund von Änderungen im Rechnungslegungsstandard zur Konsolidierung von Gemeinschaftsunternehmen (IFRS 11) und der damit einhergehenden eingeschränkten Vergleichbarkeit wurde auf einen längerfristigen Vergleich verzichtet. Weitere Informationen zu früheren Geschäftsjahren können den jeweiligen Geschäftsberichten entnommen werden.

Wir weisen darauf hin, dass bei der Verwendung von gerundeten Beträgen und Prozentangaben im Bericht aufgrund kaufmännischer Rundungen Differenzen auftreten können.

HELLA weltweit



113 STANDORTE

gehören rund um den Globus zum HELLA Konzern.

115 JAHRE

Erfahrung und Know-how: Seit Sally Windmüller am 11. Juni 1899 die „Westfälische Metall-Industrie Aktien-Gesellschaft“ gründete, hat sich das Unternehmen aus Lippstadt kontinuierlich zu einem der weltweit führenden Zulieferer der Automobilindustrie entwickelt.

194

PATENTE

wurden allein im Geschäftsjahr 2013/2014 angemeldet. Seit seinem Bestehen treibt der HELLA Konzern die Branche mit Innovationsgeist voran.

30.692

MITARBEITER

hat HELLA weltweit. 5.880 davon sind in Forschung und Entwicklung tätig.

5,3

MILLIARDEN

Euro Umsatz verzeichnet das Unternehmen. In den vergangenen 20 Jahren hat sich der Umsatz mehr als vervierfacht.

Unternehmensprofil

Innovationskraft, Know-how, Kreativität – seit 115 Jahren gestaltet HELLA die Zukunft. Der global aufgestellte Automobilzulieferer aus Lippstadt entwickelt, produziert und vertreibt Komponenten sowie Systeme der Lichttechnik und Elektronik. Mit großem persönlichem Engagement und Erfindergeist arbeiten an mehr als 100 Standorten Menschen in über 35 Nationen für das Familienunternehmen. 5.880 von ihnen sichern als Experten in Forschung und Entwicklung den technologischen Vorsprung von HELLA. Sie erkennen Trends, setzen selbst neue Impulse und treiben die Branche voran.

Mit einem Umsatz von rund 5,3 Milliarden Euro im Geschäftsjahr 2013/2014 gehört der HELLA Konzern zu den Top 50 der internationalen Automobilzulieferer. Er verfügt zudem über eine der europaweit größten Handelsorganisationen für Kfz-Teile und -Zubehör mit eigenen Vertriebsgesellschaften und Partnern rund um den Globus. Darüber hinaus erschließt HELLA im Geschäftssegment Special Applications neue Zielgruppen außerhalb des automobilen Kerngeschäfts.

INHALT

DAS UNTERNEHMEN

- 2 Vorwort
- 5 Unternehmensstruktur
- 6 Die Geschäftsführung der HELLA KGaA Hueck & Co.
- 8 **Innovativ sein** – Interview mit Dr. Jürgen Behrend und Dr. Rolf Breidenbach
- 14 **HELLA Konzern**
- 15 Ideen vernetzen
- 20 Aktivitäten im Konzern

GESCHÄFTSSEGMENTE

- 24 **Automotive Licht**
- 25 Zukunft entwickeln
- 30 Aktivitäten im Geschäftsbereich
- 32 **Automotive Elektronik**
- 33 Fortschritt durch Rückblick
- 38 Aktivitäten im Geschäftsbereich
- 40 **Aftermarket**
- 41 Simplizität liefern
- 46 Aktivitäten im Geschäftssegment
- 48 **Special Applications**
- 49 Wissen transferieren
- 54 Aktivitäten im Geschäftssegment

FINANZBERICHT

- 58 **Konzernlagebericht**
- 58 Grundlagen des Konzerns
- 70 Wirtschaftsbericht
- 82 Chancen- und Risikobericht
- 88 Prognosebericht
- 90 Nachtragsbericht
- 91 **Konzernabschluss (Auszug)**
- 91 Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung
- 92 Konzern-Bilanz
- 93 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 94 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 96 Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens
- 100 Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers
- 101 Wesentliche Beteiligungen
- 104 Glossar
- 106 Impressum



Von links nach rechts: Prof. Dr. Michael Hoffmann-Becking (Vorsitzender des Aufsichtsrates), Dr. Rolf Breidenbach (Vorsitzender der Geschäftsführung), Dr. Jürgen Behrend (geschäftsführender, persönlich haftender Gesellschafter) und Manfred Wennemer (Vorsitzender des Gesellschafterausschusses)

Sehr geehrte Damen und Herren,

das abgelaufene Geschäftsjahr 2013/2014 war für HELLA ein weiterer wichtiger Meilenstein. So konnten wir unsere Position als technologisch führendes, global aufgestelltes und wirtschaftlich erfolgreiches Unternehmen weiter ausbauen. Mit einer Umsatzsteigerung auf vergleichbarer Basis von 11 % auf 5,3 Mrd. Euro wurde das Wachstumstempo des Konzerns deutlich beschleunigt. Das operative Ergebnis (EBIT) wuchs um 17 % und erreichte 341 Mio. Euro. Bereinigt um strukturelle Sondereffekte erzielte HELLA ein Ergebnis von 393 Mio. Euro, was einer Ergebnis-Marge (EBIT-Marge) von 7,4 % entspricht. Auch strategisch hat der HELLA Konzern seine Marktposition im Geschäftsjahr 2013/2014 durch zahlreiche Initiativen als technologisch führender und global aufgestellter Automobilzulieferer ausgebaut.

Das Automotive-Segment, das an den zentralen Megatrends der Automobilindustrie ausgerichtet ist, trug maßgeblich zu der erfolgreichen Entwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr bei. Mit innovativen und technologisch führenden Produkten entlang der Trends Umwelt und Energieeffizienz, Sicherheit sowie Styling (LED) und Komfort haben wir unsere Positionierung in den Bereichen Lichttechnik und Elektronik bei zahlreichen Kunden ausgebaut und einen Umsatzzuwachs von rund 13 % verzeichnet. Maßgebliche Wachstumstreiber sind hierbei die immer stärkere Durchdringung aller Fahrzeugsegmente mit LED-Produkten sowie die hohe Nachfrage nach sicherheits- und effizienzsteigernder Elektronik. Die hohe technologische Kompetenz, insbesondere in der LED-Technologie, wirkte sich darüber hinaus positiv auf das Geschäft mit der Speziellen Erstausrüstung aus. Um die Spitzenpositionierung bei den automobilen Megatrends nachhaltig zu besetzen und auszubauen, investierte HELLA auch im abgelaufenen Geschäftsjahr erheblich in die Stärkung der globalen Design- und Entwicklungskompetenz.

Im Rahmen unserer Globalisierungsinitiative mit Fokus auf den Regionen China, Mexiko sowie Osteuropa haben wir den internationalen Footprint von HELLA weiter deutlich gestärkt und unsere Kapazitäten insbesondere in den wesentlichen Wachstumsmärkten erhöht. Dies gelang unter anderem durch den Start von zwei neuen und hochmodernen Produktionsstandorten in China und Mexiko. Die Mitarbeiterzahl im Konzern stieg um 8 % auf nunmehr rund 30.700 Beschäftigte, von denen mittlerweile rund ein Drittel an Standorten außerhalb Europas und circa ein Fünftel in der Entwicklung tätig ist. Zusätzliche Kapazitäten schaffen wir zudem über Joint Ventures, beispielsweise mit chinesischen Partnern wie BAIC oder FAWAY. Unserer Leitstrategie folgend, wird dieses wachsende internationale Netzwerk mithilfe der deutschen Standorte gesteuert. Diese nehmen eine Schlüsselrolle als Steuerungs-, Innovations- und Technologiezentren ein.

Die Erweiterung unserer Geschäftsführung zu Beginn des Kalenderjahres 2014 um die beiden erfahrenen HELLA Manager Jörg Buchheim und Markus Bannert war ein wichtiger Schritt, um die erfolgreiche Geschäftsentwicklung im Wachstumsmarkt China und in der automobilen Lichttechnik auch in Zukunft weiter zu stärken. Die Schaffung eines eigenen Ressorts für China spiegelt den besonderen Stellenwert dieses Marktes innerhalb der HELLA Wachstumsstrategie wider.

Unsere starke und langfristig ausgerichtete Finanzierungsstruktur hat sich in den vergangenen zwölf Monaten weiter verbessert. Bei hohem Liquiditätsbestand, einer Nettoverschuldung im Verhältnis zum EBITDA von deutlich unter eins und einem soliden Investmentgrade-Rating hat sich der unternehmerische Handlungsspielraum für HELLA noch einmal erhöht.

In besonderem Maß haben unsere Mitarbeiter weltweit zum Unternehmenserfolg im Geschäftsjahr 2013/2014 beigetragen. Ihnen möchten wir für die erbrachten Leistungen und ihr großes Engagement an dieser Stelle besonders danken. Darüber hinaus gilt unser Dank auch unseren Geschäftspartnern, Kunden und Lieferanten für die vertrauensvolle und erfolgreiche Zusammenarbeit. Wir werden auch in Zukunft alles dafür tun, ein starker und verlässlicher Partner zu sein, und freuen uns auf weitere gemeinsame Projekte.

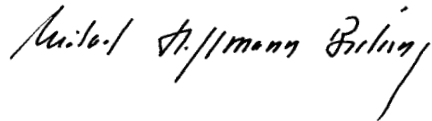
Lippstadt, im September 2014



Dr. Jürgen Behrend



Dr. Rolf Breidenbach

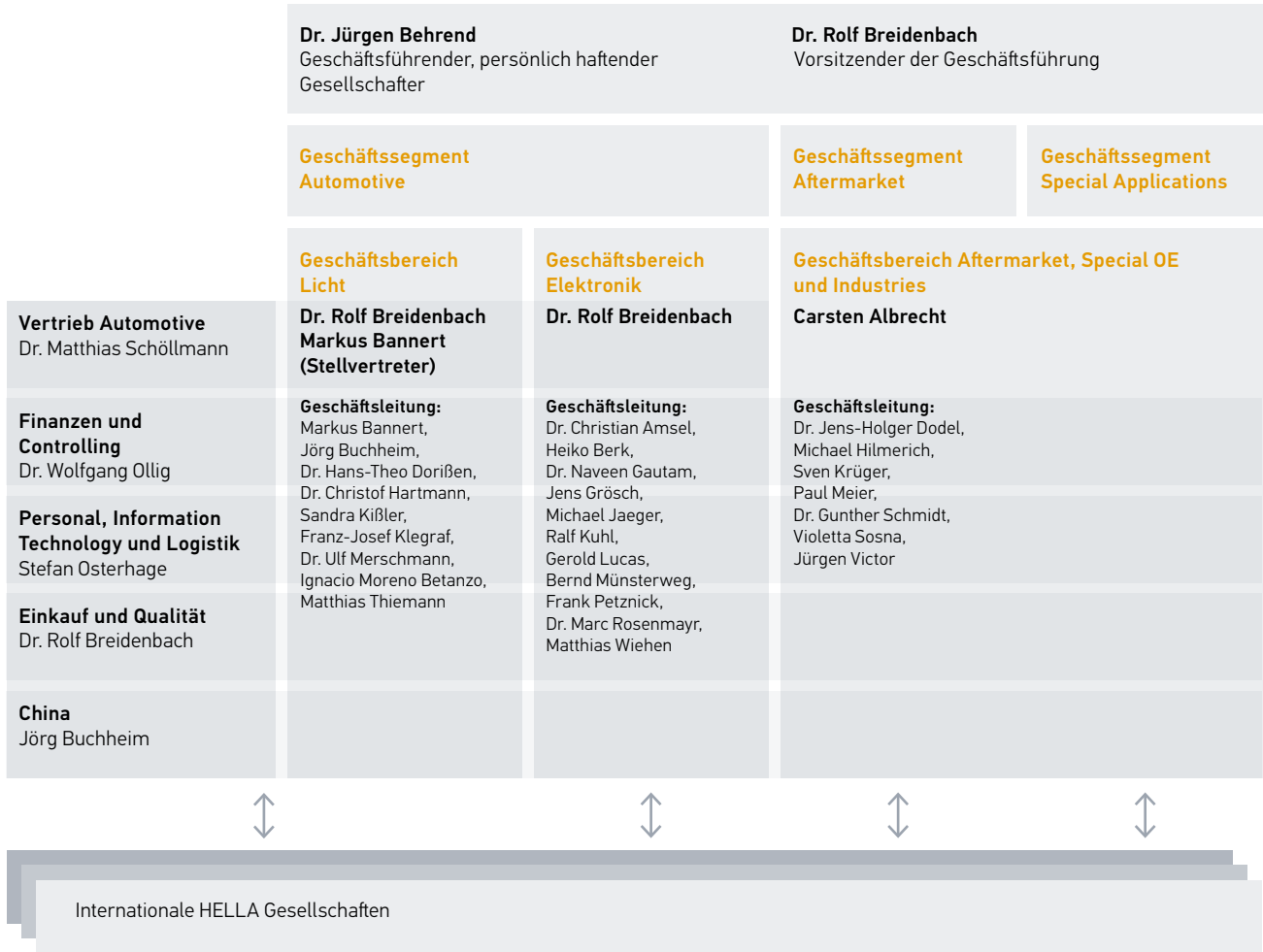


Prof. Dr. Michael Hoffmann-Becking



Manfred Wennemer

HELLA KGaA Hueck & Co.



Komplementäre:

Dr. Jürgen Behrend, HELLA Geschäftsführungsgesellschaft mbH

Geschäftsführer der HELLA Geschäftsführungsgesellschaft mbH:

Dr. Rolf Breidenbach (Vorsitz), Carsten Albrecht, Markus Bannert, Jörg Buchheim, Dr. Wolfgang Ollig, Stefan Osterhage, Dr. Matthias Schöllmann

Vorsitzender des Aufsichtsrates:

Prof. Dr. Michael Hoffmann-Becking

Gesellschafterausschuss:

Manfred Wennemer (Vorsitz), Dr. Jürgen Behrend, Roland Hammerstein, Dr. Gerd Kleinert, Klaus Kühn, Dr. Matthias Röpke, Konstantin Thomas

DIE GESCHÄFTSFÜHRUNG DER HELLA KGAA HUECK & CO.

Von links nach rechts: Jörg Buchheim, Stefan Osterhage, Dr. Matthias Schöllmann,
Dr. Rolf Breidenbach, Dr. Jürgen Behrend, Dr. Wolfgang Ollig, Markus Bannert und Carsten Albrecht





INNOVATIV *SEIN*

Innovationen sind ein essenzieller Bestandteil der HELLA Unternehmenskultur. Mit Mut und Weitblick gestaltet HELLA automobile, aber auch industrielle Trends maßgeblich mit, entwickelt bahnbrechende neue Technologien und optimiert Schritt für Schritt bestehende Produkte. Die Ausgangsbasis bildet das weit verzweigte Entwicklungsnetzwerk mit über 5.800 kreativen Köpfen in aller Welt.





»Innovationskraft ist der Motor unseres Erfolgs«

Aus der Vernetzung von Wissen und der Freiheit, Dinge auszuprobieren, entstehen bei HELLA innovative Produkte und Prozesse. Dr. Jürgen Behrend und Dr. Rolf Breidenbach im Gespräch über Innovationskraft und Innovationskultur in einem globalen Familienunternehmen.

Herr Dr. Behrend, was bedeutet es, wenn Sie HELLA als innovatives Familienunternehmen bezeichnen?

Dr. Jürgen Behrend: Ohne Innovationen wären wir nicht da, wo wir heute sind. Ausgehend von der Grundbedeutung des lateinischen „innovare“ bedeutet innovativ sein vor allem „sich erneuern“. In diesem Kontext ist Innovation ein wesentlicher Bestandteil der HELLA DNA und steht für die Fähigkeit, sich immer wieder neu zu erfinden, technologischen Fortschritt mitzugestalten und die Organisation auf sich verändernde Anforderungen intern wie extern auszurichten. So können nicht nur Produkte innovativ sein, sondern auch Prozesse und Strukturen im Unternehmen. Im Bild des sich kontinuierlich erneuernden, sich verbessernden Unternehmens drückt sich zudem der Wunsch aus, dies langfristig und mit Weitblick zu tun. Eine Sichtweise, die sehr gut zu uns als Familienunternehmen passt.

Wenn wir auf die Produkte schauen, fällt auf: HELLA entwickelt seit über 100 Jahren Autoscheinwerfer – kann man nach so langer Zeit überhaupt noch innovativ sein?

Dr. Jürgen Behrend: Aber ja. Schließlich ist es gerade unsere jahrzehntelange Erfahrung, die uns zu Experten für die Entwicklung von Scheinwerfern macht. Allein die technologischen Entwicklungssprünge des Lichtes im Automobil von der Glühlampe über Halogen- und Xenon- bis zu den heutigen LED-Scheinwerfern haben uns immer wieder Ansatzpunkte und Spielraum für Innovationen geboten. Zudem sind es ja schon seit den 1960er Jahren nicht mehr nur Scheinwerfer, sondern in zunehmendem Maß auch Produkte der Automobilelektronik, die wir entwickeln, produzieren und vertreiben. Was damals mit elektrischen Blinkgebern und Relais begann, hat sich zu einem wichtigen Standbein für HELLA entwickelt. Heute kommt uns unser umfassendes Elektronik-Know-how auch im Lichtbereich immer mehr zugute, beispielsweise dann, wenn



Für Dr. Jürgen Behrend und Dr. Rolf Breidenbach gehört Innovationskraft zur HELLA DNA.



es um die elektronische Ansteuerung komplexer Scheinwerfer geht. Darüber hinaus erfinden wir uns auch in ganz anderen Produktfeldern neu, beispielsweise mit LED-Straßen- oder -Innenbeleuchtung, die wir im Bereich Industries herstellen.

Können Sie einige Beispiele für Innovationen aus dem abgelaufenen Geschäftsjahr nennen?

Dr. Rolf Breidenbach: Für den Lichtbereich war der Serienanlauf unseres Matrix-LED-Scheinwerfers ein wesentlicher Meilenstein. Dieser Scheinwerfer ist technologisch höchst anspruchsvoll – die Realisierung eines blendfreien Fernlichtes durch Dimmen beziehungsweise Zu- oder Abschalten einzelner LEDs hat es so bislang noch nicht im Markt gegeben. Zudem sind wir mit der Umsetzung des Matrix-Lichts in einen neuen Innovationszyklus innerhalb der LED-Technologie eingetreten, der noch viel Raum für Weiterentwicklung und Marktdurchdringung bietet. Darüber hinaus besteht Innovation jedoch nicht nur aus der Erfindung gänzlich neuer, sondern vor allem aus der Weiterentwicklung bestehender Technologien und Produk-

te. So haben wir im Geschäftsbereich Elektronik unser Portfolio vor allem evolutionär weiterentwickelt, das heißt, optimierte Generationen in Serie gebracht. Das klingt zwar weniger spektakulär, ist aber mindestens ebenso wichtig. Um es bildlich auszudrücken: Man kann das Rad natürlich immer wieder neu erfinden. Ebenso entscheidend ist es jedoch, seine Beschaffenheit kontinuierlich so zu überarbeiten, dass es optimal – und beispielsweise mit möglichst geringem Widerstand – rollt.

Wie entstehen solche Neu- oder Weiterentwicklungen?

Dr. Jürgen Behrend: Eine wesentliche Voraussetzung für das Entstehen technologisch anspruchsvoller Produkte oder die Gestaltung innovativer Prozesse ist Freiheit. Damit meine ich vor allem die Freiheit, die unsere Mitarbeiter haben, Dinge auszuprobieren und neue Wege einzuschlagen. Im Sinne der unternehmerischen Eigenverantwortung, die sich auch in unseren Unternehmenswerten wiederfindet, schafft diese Freiheit im Entwicklungsprozess viel Raum für Kreativität.

Dr. Rolf Breidenbach: Eine wichtige Rolle spielt zudem die Infrastruktur, die wir kontinuierlich weiter ausbauen. Mit entsprechenden Räumlichkeiten schaffen wir die Grundlage für Forschung auf höchstem Niveau. So haben wir erst jüngst ein neues Entwicklungszentrum mit modernen Testlaboren in Lippstadt eröffnet. Und auch unser Lichtkanal, in dem wir neue Lichtsysteme unter realistischen Bedingungen testen und bewerten können, ist nach unserem Kenntnisstand einzigartig in Europa.

Solche Produktentwicklungen tragen zum Erfolg von HELLA bei, doch Forschung und Entwicklung sind teuer. Wie viel Geld haben Sie im Geschäftsjahr 2013/2014 dafür ausgegeben?

Dr. Rolf Breidenbach: Unsere Aufwendungen für Forschung und Entwicklung lagen im abgelaufenen Geschäftsjahr bei rund 500 Mio. Euro; das entspricht mehr als 9% vom Umsatz. Auch für ein innovationsgetriebenes Unternehmen wie HELLA ist das ein ungewöhnlich hoher Wert. Er ist das Ergebnis einer bewussten Entscheidung: Um unsere Positionierung als Technologieführer und Premiumanbieter noch weiter auszubauen, haben wir in den vergangenen Jahren ganz gezielt in Forschung und Entwicklung investiert, denn Innovationskraft ist der Motor unseres Erfolgs. Mittelfristig streben wir F&E-Aufwendungen auf einem etwas niedrigeren Niveau an.

Wie wichtig ist das Thema Kooperation im Entwicklungsprozess?

Dr. Jürgen Behrend: Vertrauensvolle und partnerschaftliche Zusammenarbeit spielt eine ganz wesentliche Rolle, sowohl unternehmensintern als auch mit Kunden, Zulieferern oder Partnerunternehmen. Wenn alle Beteiligten ihr Wissen und ihre Erfahrungen miteinander teilen und sich vernetzen, können allein schon aus der Vielseitigkeit der Betrachtungswinkel völlig neue, kreative Lösungsansätze entstehen. Besonders spannend ist das, wenn die akademische und die industrielle Welt aufeinandertreffen. HELLA steht mit einer Vielzahl von Hochschulen in engem Austausch, kooperiert mit Forschungsinstituten und betreibt zusammen mit der Universität

Paderborn beispielsweise das Lichtlabor L-Lab, das von der anwendungsorientierten Grundlagenforschung bis zur Entwicklung von Prototypen sehr breit aufgestellt ist. Die Interaktion von Studierenden und Doktoranden mit unseren Ingenieuren erlaubt dabei neue Sichtweisen. Außerdem ergänzen sich deren unterschiedliche Herangehensweisen an technische Fragestellungen sehr gut und schaffen weitere Anreize für Wissensaustausch und Innovationen.

Dr. Rolf Breidenbach: Darüber hinaus vernetzen wir uns auch mit unseren Kunden und Zulieferern in aller Welt. So haben wir zum Beispiel in Kooperation mit BMW und dem südkoreanischen Chemieunternehmen LG Chem im Frühjahr einen Heckleuchtenprototyp mit gebogenen organischen Leuchtdioden, sogenannten OLEDs, vorgestellt. Diese neuen Leuchtmittel bieten uns zahlreiche Gestaltungsmöglichkeiten im Licht-Design. Anhand des Prototypen wird sichtbar, welche Potenziale die eingesetzte OLED-Technologie bietet – zugleich illustriert er, wie viele Möglichkeiten in solch einer Zusammenarbeit stecken.

Sie sprechen ein wichtiges Thema an: die globale Ausrichtung. Immerhin ist HELLA schon lange weltweit aktiv. Wird Deutschland bei Forschung und Entwicklung in Zukunft überhaupt noch eine Rolle spielen?

Dr. Jürgen Behrend: HELLA ist ein historisch gewachsenes Unternehmen, unsere Wurzeln – und damit auch viele der Grundlagen unseres heutigen Erfolgs – liegen in Deutschland. Von hier aus werden wir auch zukünftig die wesentlichen Themen, Trends und Meilensteine unserer Entwicklung definieren. Schließlich stammen auch viele Hersteller, die technologisch führend sind und die Automobilindustrie maßgeblich prägen, aus Deutschland. Mit ihnen streben wir weiterhin eine enge Vernetzung an, und zwar bereits in der Vorentwicklungsphase von Produkten. Das wird durch unser starkes Innovations- und Technologiezentrum in Lippstadt möglich.

Dr. Rolf Breidenbach: Aktuell arbeiten wir in Forschung und Entwicklung unter anderem eng mit deutschen Premiumherstellern zusammen, die ein großes Interesse an attraktiven Technologie- und Produktkonzepten zeigen. Denn wenn eine

»Mit unseren Innovationen sind wir in den zurückliegenden 100 Jahren sehr gut vorangekommen, haben neue Ufer erreicht und unseren Horizont immer wieder erweitert.«

DR. JÜRGEN BEHREND, GESCHÄFTSFÜHRENDER,
PERSÖNLICH HAFTENDER GESELLSCHAFTER VON HELLA

technologische Weltneuheit präsentiert wird, können Sie in der Regel davon ausgehen, dass diese zunächst in einem Premiumfahrzeug eingesetzt wird. So entsteht eine Win-win-Situation, denn die Hersteller suchen innovationsstarke Zulieferer in ihrer Nähe – und an dieser Stelle kommen wir ins Spiel. Nach der Markteinführung im Premiumsegment geht es dann darum, Innovationen „massentauglich“, sprich für die Volumensegmente verfügbar zu machen – und zwar international. Vor diesem Hintergrund benötigen wir eben beides, eine starke Vorentwicklung in Deutschland und Entwicklungsteams, die nah am Kunden sind und damit schnell und flexibel agieren können.

Dr. Jürgen Behrend: Dieser Logik folgend ist unser Entwicklungsnetzwerk genauso international aufgestellt wie unser Unternehmen. Weltweit arbeiten mehr als 5.800 Beschäftigte in Forschung und Entwicklung, rund die Hälfte von ihnen ist außerhalb Deutschlands aktiv.

Machen sich innerhalb des internationalen Entwicklungsnetzwerks von HELLA auch regionale Unterschiede bemerkbar?

Dr. Rolf Breidenbach: In der Automobilindustrie gibt es globale Megatrends, wie Sicherheit, Umwelt und Energieeffizienz sowie Styling und Komfort. An diesen orientiert sich HELLA – unabhängig von der Region. Forschung und Entwicklung richten sich aber auch nach regionalen Bedürfnissen des jeweiligen Marktes. Zum Beispiel schlug eines unserer Teams in Indien die Entwicklung eines Sensors vor, der die Qualität des getankten Treibstoffs misst. Denn während die Benzinqualität in Westeuropa konstant gut ist, kann die Treibstoffqualität in Indien mitunter stark schwanken. Mithilfe des Sensors könnte das Fahrzeug dem Fahrer noch während des Tankens melden, ob er nicht doch lieber eine andere Tankstelle aufsuchen sollte.

Dr. Jürgen Behrend: Durch unsere regionale Entwicklungspräsenz sind wir nah am Puls des jeweiligen Marktes. Zudem arbeiten unsere Teams über verschiedene Kontinente hinweg gemeinsam an Projekten. Hierbei kommt ihnen neben der interdisziplinären vor allem die interkulturelle Arbeitsweise zugute, denn auch sie schafft neue Perspektiven und bietet ein enormes kreatives Potenzial.

Welche neuen Technologien können wir von HELLA demnächst erwarten?

Dr. Rolf Breidenbach: Im Lichtbereich nimmt das Thema LED weiter an Fahrt auf und wird uns auch in Zukunft begleiten. Neben immer leistungsstärkeren LEDs wird es dabei vor allem um die funktionale Erweiterung von LED-Scheinwerfern, zum Beispiel durch eine Vernetzung mit Fahrerassistenz-Systemen, sowie um die Durchdringung kleinerer Fahrzeugsegmente gehen. Gleichzeitig werden schon bald neue Technologien wie Laser oder OLED in Nischenmärkten zur ersten Anwendung kommen. Im Kontext der allgemeinen Verbrauchs- und CO₂-Debatte ist die „Segelfunktion“ ein gutes und wichtiges Beispiel für eine Technologie, die einen wesentlichen Beitrag zu effizienterem Fahren leistet. Mit dieser Technik wird der Motor, sobald der Fahrer vom Gas geht, abgeschaltet und ausgekoppelt – beispielsweise auf einer abschüssigen Straße. Das Fahrzeug „segelt“ dann weiter, wobei Sicherheits- und Komfortfunktionen von der Lenkkraftunterstützung bis hin zum Radio oder der Heizung auch in der Segelphase ununterbrochen weiterlaufen. Durch diese Funktion, zu deren Realisierung HELLA wesentliche Komponenten beisteuert, können rund 0,5 Liter Kraftstoff je 100 Kilometer in einem typischen Fahrzyklus eingespart werden. Wir schätzen, dass diese Technologie für konventionelle Fahrzeuge bis 2016 in die Serie überführt wird.

Dr. Jürgen Behrend: Segeln ist diesbezüglich ein gutes Stichwort, um unsere Aufstellung in der Forschung und Entwicklung zusammenzufassen. Schließlich geht es bei der Entwicklung stets darum, frühzeitig zu erkennen, woher der Wind kommt – und sich auf den entsprechenden Kurs einzustellen. Auf diese Weise sind wir in den zurückliegenden 100 Jahren sehr gut vorangekommen, haben neue Ufer erreicht und unseren Horizont immer wieder erweitert. Gleichzeitig haben wir mehr als einmal unter Beweis gestellt, dass wir nicht starr auf Kurs bleiben, sondern auch flexibel reagieren können, wenn sich die Windverhältnisse ändern. Gerade in unserer Branche ist diese Beweglichkeit ein entscheidender Erfolgsfaktor.



HELLA *KONZERN*



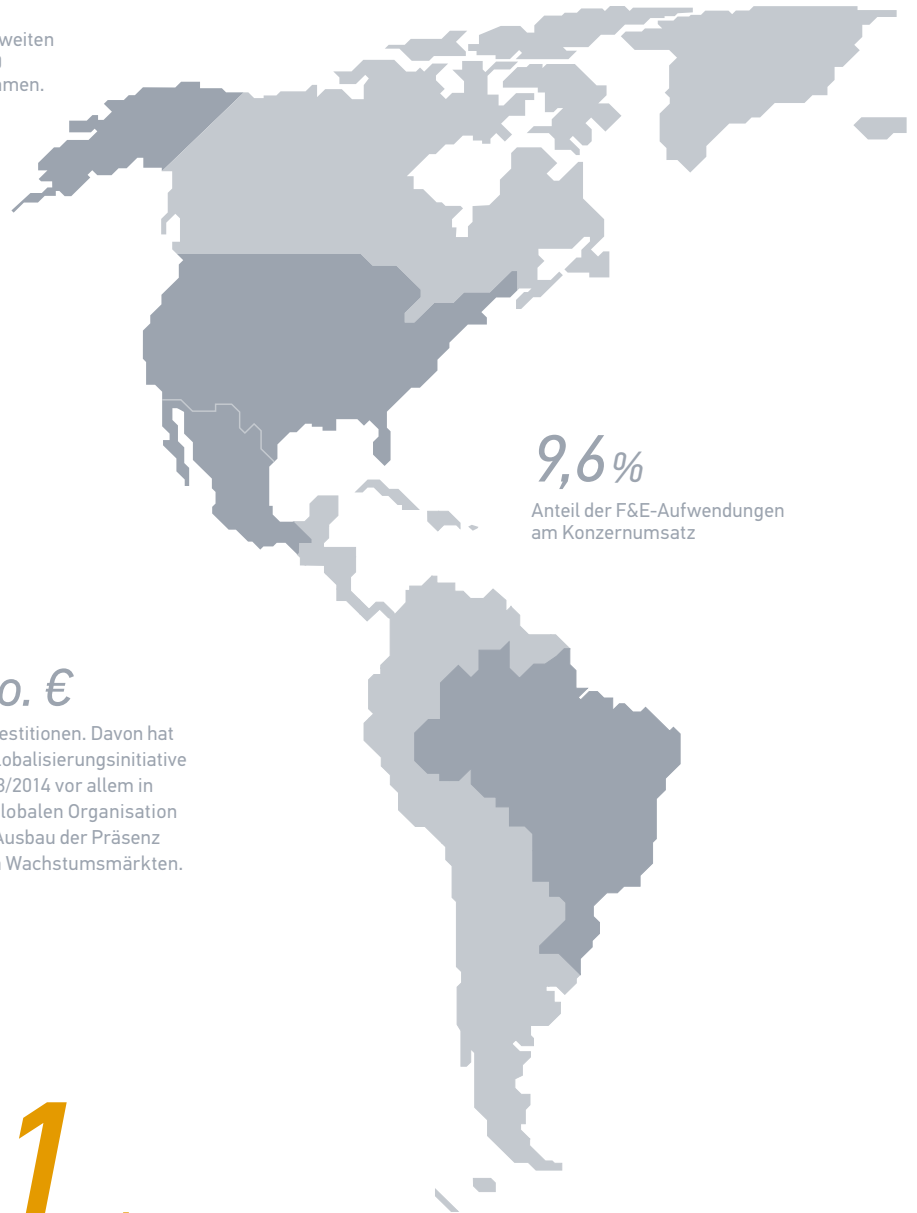
HELLA KONZERN IN ZAHLEN

Umsatzwachstum



TOP 50

HELLA gehört zu den Top 50 der weltweiten Automobilzulieferer sowie zu den 100 größten deutschen Industrieunternehmen.



9,6%

Anteil der F&E-Aufwendungen
am Konzernumsatz

368 Mio. €

betragen die Nettoinvestitionen. Davon hat HELLA im Zuge der Globalisierungsinitiative im Geschäftsjahr 2013/2014 vor allem in die Optimierung der globalen Organisation investiert, etwa zum Ausbau der Präsenz in den internationalen Wachstumsmärkten.

30,1%

betrug die Eigenkapitalquote zum 31. Mai 2014.

Investitionen in Forschung und Entwicklung:

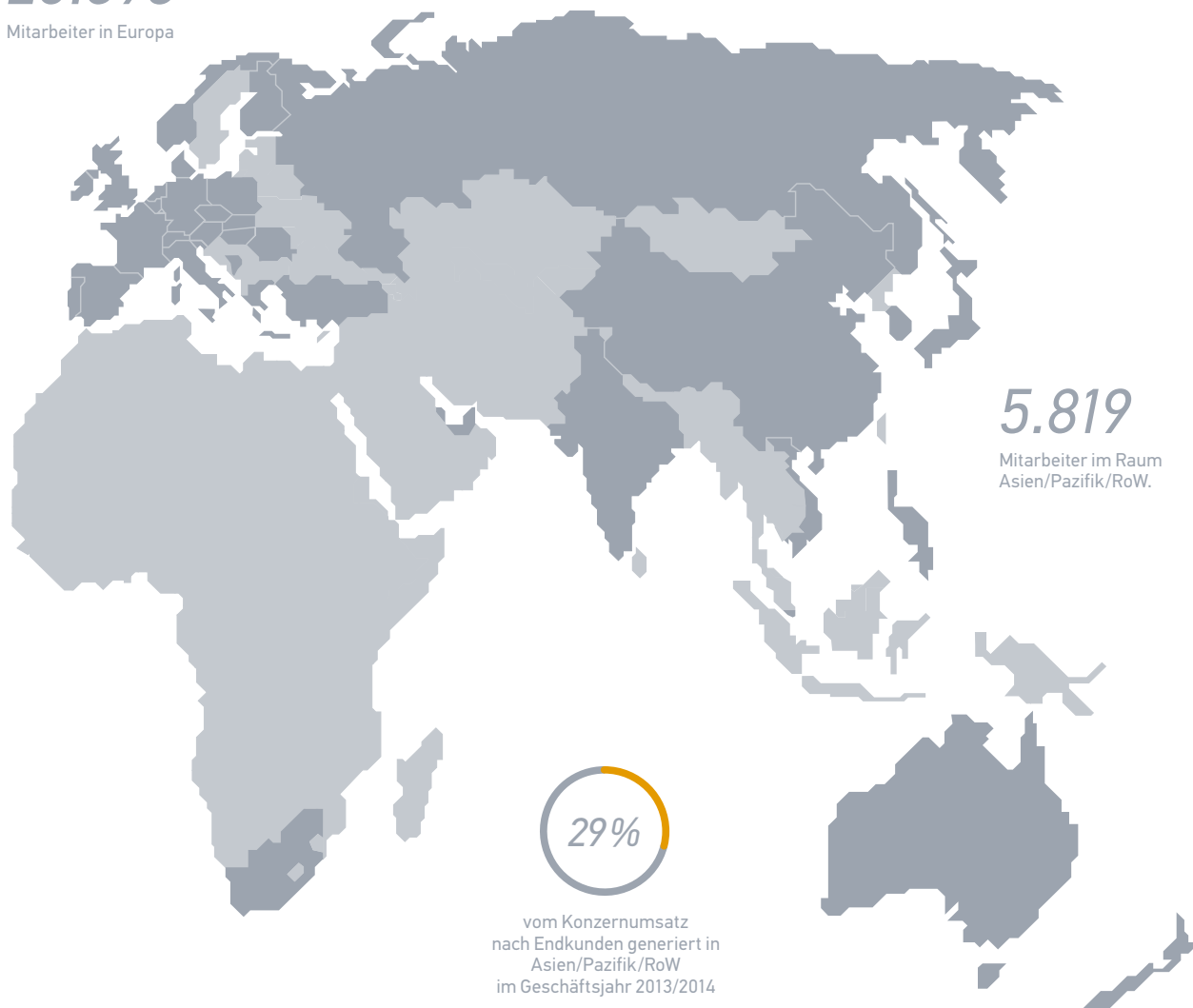
2003/2004	172 Mio. € (9,6% vom Umsatz)
2008/2009	306 Mio. € (9,3% vom Umsatz)
2013/2014	514 Mio. € (9,6% vom Umsatz)

5.880

Mitarbeiter sind in Forschung und Entwicklung tätig.

20.893

Mitarbeiter in Europa



Seit der Gründung als Lampenmanufaktur im Jahr 1899 hat sich HELLA immer wieder neu erfunden. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Lippstadt hat den Umsatz allein in den zurückliegenden 20 Jahren mehr als vervierfacht und die Zahl der Auslandsstandorte verdoppelt. Innovations-

kraft und Engagement der Mitarbeiter lieferten dabei den entscheidenden Vorsprung und prägten die Entwicklung des Familienunternehmens: Heute ist HELLA ein technologisch führender und global aufgestellter Automobilzulieferer.





IDEEN VERNETZEN

Wer sein Wissen und seine Erfahrungen mit Kollegen, Kunden und Zulieferern teilt, sich untereinander austauscht, hat es leichter, Neues zu entdecken. Ausgangspunkt der erfolgreichen Zusammenarbeit bei HELLA ist daher das Prinzip der „Vernetzung“ auf allen Ebenen. Ob es um den persönlichen Kontakt der Mitarbeiter geht, um Forschungsprojekte über Ländergrenzen hinweg oder um das gute Dutzend erfolgreicher Joint Ventures, die HELLA weltweit gegründet hat: Immer geht es im Kern um eine gleichberechtigte, gut strukturierte und effiziente Zusammenarbeit. Dann entstehen exzellente Ergebnisse.



→ 01



→ 02



→ 03

01 Mit „Driving e-nnovation“ blickt HELLA weit in die Zukunft.
 02 Rund 750 HELLAner aus aller Welt arbeiteten im Rahmen des Ideenwettbewerbs online vernetzt an neuen Produktideen.
 03 Vernetzung ist auch der zentrale Gedanke des HELLA Globe, des Gäste-, Konferenz- und Sportzentrums nahe der Konzernzentrale.

Schon von weitem ist eine Besonderheit des HELLA Globe zu erkennen: Die halbrunde, weiße Fassade des Gebäudes mit den großen bodentiefen Fenstern ist hell und modern gestaltet. Das einladende Konzept setzt sich im Inneren fort: eine großzügige, in warmes Licht getauchte Lobby, ein Globus, der die internationalen HELLA Standorte zeigt. Menschen unterhalten sich im Gästehaus von HELLA – die Lippstädter Konzernzentrale liegt nur wenige hundert Meter entfernt. Englisches Gemurmel erfüllt den Raum. Die Gäste kommen aus aller Welt.

Das HELLA Globe startete Anfang 2014 als firmeneigenes Begegnungszentrum mit Gästezimmern, Konferenz- und Tagungsräumen sowie einem Fitness-Bereich. Es ist eine Antwort des Unternehmens auf den steigenden Abstimmungsbedarf in internationalen Projekten und ein Angebot für alle Mitarbeiter, sich über das Berufliche hinaus kennenzulernen. Es bietet HELLA Mitarbeitern zudem die Möglichkeit, während Trainingsphasen oder im Rahmen von Abstimmungsterminen in direkter Nähe zum Hauptsitz zu wohnen und sich mit Kollegen aus Lippstadt und anderen Standorten zu vernetzen. Sie können im Hotel ihren Laptop anschalten und über WLAN direkt im Firmennetz arbeiten. Ebenso sind die Zimmertelefone in das Konzernnetz integriert. Als Abwechslung zum beruflichen Alltag können die Sporthalle oder das Fitnessstudio mit eigenen Trainern genutzt werden.

Das HELLA Globe ist ein Gebäude und es ist ein Symbol. Es verkörpert, wie sich HELLA in den vergangenen Jahren gewandelt hat: von einem deutschen Unternehmen mit einigen Auslandsstandorten hin zu einem global agierenden Konzern, der noch immer stark in seiner Heimat Deutschland verwurzelt ist. Das neue Gästehaus steht dabei sinnbildlich für eine Unternehmensstrategie, in der „Vernetzung“ eine wesentliche Rolle spielt.

140 neue Ideen

Diese Vernetzung spürt man beispielsweise, wenn sich Mitarbeiter aus aller Welt zu Meetings, Workshops und Tagungen in Lippstadt treffen. Die Wege sind kurz, die Treffen geprägt von Teamgeist. So funktionierte im vergangenen Geschäftsjahr auch eine besondere Form der Kooperation. Der online ausgetragene Ideenwettbewerb „Driving e-novation“ brachte Kollegen aus China, Indien, Mexiko, den USA, Rumänien und Deutschland zusammen. Insgesamt hatten sich 750 Beschäftigte angemeldet und reichten Ideen ein, die weit über die reguläre Planung hinausgingen. Sie schlugen 140 frische Ideen für neue Produkte vor, bei denen sowohl die technische Umsetzbarkeit als auch mögliche Geschäftsmodelle betrachtet wurden.

Mit „Driving e-novation“ blickt HELLA weit in die Zukunft. Das Unternehmen besitzt zwar in sämtlichen Geschäftsfeldern ein gut funktionierendes, innovatives Produktportfolio – schließlich bringen über 5.800 Forscher und Entwickler das Unternehmen innerhalb der einzelnen Geschäftsbereiche und auch übergreifend dauerhaft voran. Aber die Anforderungen der Kunden verändern sich immer schneller, neue Märkte entstehen und Trends wechseln rasant. Der Wettbewerb war daher auf einen Innovationshorizont von mehr als fünf Jahren ausgerichtet. Die Themen: „Autonomes Fahren und Sicherheit“, „Komfortfunktionen“, „Fahrzeug-Umfeld-Kommunikation und Datenmanagement“ sowie „Verbrauchs- und CO₂-Effizienz“.

Die internationale Zusammenarbeit verlief über eine Onlineplattform. Dort konnten die Ideengeber ihre Geschäftsmodelle vorstellen, Experten zu Technologie-, Finanz- oder Marketingfragen suchen und in ihr Team einladen, aber auch andere

2,5

Mrd. Euro

beträgt der Umsatz, den die at Equity bilanzierten Unternehmen im Geschäftsjahr 2013/2014 in Summe berichtet haben.

Ideen recherchieren, bewerten und in manchen Fällen sogar Synergien nutzen. Die daraus entstandenen Ideen hatten zum Ende des Wettbewerbs unterschiedliche Reifegrade und eine große Bandbreite. Zum Teil entwickelten die Teams existierende Produkte so weiter, dass diese vom heutigen Portfolio noch weit entfernt sind, technisch jedoch umsetzbar wären. Ebenso entstanden im Wettbewerb Innovationen, die bestehende Produkte für neue, regionale Märkte modifizieren. Dabei durchliefen alle Ideen mehrere Bewertungsphasen, in denen sie auf Verwertbarkeit und Kosteneffizienz geprüft wurden. Am Ende gelangten zehn Teams ins Finale. Deren Geschäftsideen wird HELLA zukünftig in der Vorentwicklung weiterverfolgen.

Auch abseits eines solchen Wettbewerbs, im Alltagsgeschäft, steht „Vernetzung“ im Fokus. Mitarbeiter aus Deutschland arbeiten bei regulären Projekten kontinenteübergreifend mit Kollegen aus China zusammen, um Produkte für die USA zu konstruieren. Ebenso sitzen Entwickler in Nordamerika an virtuell verknüpften Projekten mit Forschern in Indien.

Partner auf Augenhöhe

Kompetenzen bündeln, Wissen teilen: Das ist vor allem seit den 1990er-Jahren ein weiterer Schlüssel, um im globalen Wettbewerb erfolgreich zu sein. Die „Vernetzung“ etablierte sich damals als wichtiger Teil der Unternehmensstrategie, weil der internationale Wettbewerb schärfer und die Konzentrationsprozesse bei Herstellern und Zulieferern immer rasanter wurden. Zunehmend sind nur noch die großen Unternehmen in der Lage, die steigenden Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen. Sie müssen schlagkräftige Teams an jedem Ort in der Welt bereithalten, an dem die Autohersteller ihre Fabriken bauen. Gleichzeitig erhöht sich so das Verständnis für die Besonderheiten der höchst unterschiedlichen Märkte.

Anstatt große Firmen zu kaufen – oder selbst gekauft zu werden –, setzt HELLA auf „Partnerschaften auf Augenhöhe“. So lautet die Devise, die mittlerweile zu mehr als einem Dutzend Joint Ventures in aller Welt geführt hat. Die gemeinsamen Firmen schaffen technologische Synergien, können die internationale Präsenz für die Kunden gemeinsam ausbauen und neue Märkte erobern oder erzielen Skaleneffekte für ein erfolgreiches wirtschaftliches Arbeiten. Eine weitere Besonderheit: Die Joint-Venture-Unternehmen werden unternehmerisch eigenständig durch die jeweilige Geschäftsführung geführt und können so schnell, flexibel und auf eigenes Risiko handeln.

Das Konzept, auf „Kooperation statt Konzentration“ zu setzen, ist so erfolgreich, dass fortwährend neue Chancen entstehen. Anfang 2014 kam als jüngstes Joint Venture die Firma Beijing HELLA BHAP Automotive Lighting dazu. Dort arbeitet HELLA mit dem Tochterunternehmen des führenden chinesischen Autoherstellers BAIC zusammen. Das Gemeinschaftsunternehmen soll Lichtsysteme speziell für den lokalen chinesischen Markt entwickeln. Gemeinsam wollen die Firmen wachsen, ihre gute Marktposition verbessern – und damit das Prinzip der Vernetzung mit einem weiteren Erfolgsmodell bestätigen.

Die »Vernetzung« etablierte sich bereits in den 1990er Jahren als wichtiger Teil der Unternehmensstrategie.



Auch mit anderen Unternehmen ist HELLA vernetzt, zum Beispiel in Joint Ventures. Jüngst hat das Unternehmen ein neues Gemeinschaftsunternehmen in China gegründet.

Stärkung der globalen Aufstellung und Innovationsführerschaft in erfolgreichem Geschäftsjahr

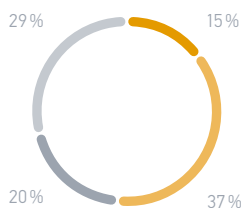
Der HELLA Konzern hat seinen Umsatz im Geschäftsjahr 2013/2014 auf vergleichbarer Basis um 11 % auf 5,3 Mrd. Euro gesteigert. Das um Sondereffekte bereinigte operative Ergebnis (EBIT) stieg deutlich um 35 % auf 393 Mio. Euro. Grundlage für diese erfolgreiche Entwicklung waren das attraktive Geschäfts- und Produktportfolio, die hohe Innovationskraft sowie das leistungsstarke globale Netzwerk aus Produktions- und Entwicklungsstandorten sowie Shared Service Centern, welches im Berichtszeitraum weiter ausgebaut wurde.

Führende Position in allen drei Geschäftssegmenten

Die HELLA KGaA Hueck & Co. gehört zu den Top 50 der internationalen Automobilzulieferer und den 100 größten deutschen Industrieunternehmen. Als international agierendes Familienunternehmen beschäftigt HELLA rund 30.700 Mitarbeiter an über 100 Standorten in mehr als 35 Ländern. Rund ein Fünftel dieser Mitarbeiter ist in Forschung und Entwicklung aktiv und sichert damit die Innovationskraft von HELLA.

Kerngeschäft des Unternehmens ist das Automotive-Segment, in dem HELLA innovative Licht- und Elektronikprodukte für nahezu alle namhaften Automobilhersteller weltweit entwickelt

und fertigt. Das Automotive-Segment erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Segmentumsatz von 4,2 Mrd. Euro. HELLA entwickelt in diesem Segment Technologien für ein effizienteres, sichereres und komfortableres Fahren. Im Bereich der Lichttechnik bietet HELLA dabei vor allem anspruchsvolle LED-Beleuchtungslösungen an. Diese leisten einen Beitrag zu Sicherheit und Komfort, ermöglichen individuelles Styling und sind durch die hohe Kundennachfrage und zunehmende Marktdurchdringung ein wichtiges Wachstumsfeld für das Unternehmen. In der Fahrzeugelektronik punktet HELLA vor allem mit effizienz- und sicherheitssteigernden Produkten,



REGIONALE MARKTABDECKUNG NACH ENDKUNDEN

GJ 2013/2014

Deutschland 783 Mio. €

Europa ohne Deutschland 1.983 Mio. €

Nord- und Südamerika 1.047 Mio. €

Asien/Pazifik/RoW 1.531 Mio. €

wie der elektrischen Lenkkraftunterstützung, Fahrerassistenz-Systemen auf Radarbasis sowie Komponenten und Systemen für ein optimales Energiemanagement, wie dem Intelligenten Batteriesensor.

Darüber hinaus ist HELLA im Geschäftssegment Aftermarket in Europa einer der wichtigsten Partner des Ersatzteilehandels und der freien Werkstätten für Produkte, Diagnose und Dienstleistungen. Hier vertreibt das Unternehmen über das eigene Netzwerk sowie zusammen mit Partnern Verschleiß-, Ersatz- sowie Zubehörteile und bietet seinen Kunden technischen Service und Verkaufsunterstützung. In Nord- und Osteuropa ist HELLA zudem erfolgreich als Großhändler aktiv. Für Werkstätten bietet HELLA innovative Produkte, unter anderem zur schnellen und präzisen Fehlerdiagnose im Fahrzeug, und unterstützt sie damit bei zunehmend komplexer werdenden Reparaturprozessen. Der Segmentumsatz des Geschäftssegments Aftermarket betrug im Geschäftsjahr 2013/2014 1,1 Mrd. Euro.

Im dritten Geschäftssegment Special Applications bündelt HELLA Produkte und Kundenlösungen, die weitgehend unab-

hängig von der Automobilindustrie sind. Auf Basis des umfassenden technologischen Know-hows aus dem Automotive-Segment, verbunden mit den effizienten Vertriebskanälen des Aftermarket-Segments, bietet HELLA innovative Produktlösungen für Hersteller von Spezialfahrzeugen, wie Bussen, Booten, Land- und Baumaschinen, aber auch für Industriekunden und Kommunen. Im Fokus stehen maßgeschneiderte LED-Produkte für die jeweiligen Zielgruppen, wie Arbeitsscheinwerfer, Heckleuchten, Straßen-, Industrie- und Innenbeleuchtung sowie Flughafenbefeuern. Im Geschäftsjahr 2013/2014 lag der Segmentumsatz von Special Applications bei 346 Mio. Euro.

Ausbalanciertes Geschäftsportfolio mit breiter internationaler Präsenz

Der Erfolg von HELLA beruht neben der hohen operativen Leistungsfähigkeit und zukunftsweisenden Technologien auf einem stabilen und ausbalancierten Geschäftsportfolio. Die Geschäftssegmente Automotive und Aftermarket sind antizyklisch zueinander ausgerichtet und bieten HELLA damit attraktive Wachstumschancen bei einem zugleich reduzierten Risikoprofil. Denn während sich der Absatz von Pkw in konjunkturell guten Zeiten positiv auf den Geschäftsverlauf des

Automotive-Segments auswirkt, ergänzen die Aktivitäten im Aftermarket das Geschäft in Zeiten, in denen bestehende Fahrzeuge eher repariert als durch Neuwagen ersetzt werden. Auch das Special-Applications-Segment unterliegt aufgrund seiner Unabhängigkeit von der Automobilindustrie grundsätzlich anderen Nachfragezyklen und ist somit vom Pkw-Absatz weitgehend unabhängig.

Darüber hinaus ist HELLA geografisch diversifiziert. Das Unternehmen erwirtschaftet 52 % des Endkundenumsatzes in Europa, 20 % in Nord- und Südamerika sowie 29 % in der Region Asien/Pazifik und dem Rest der Welt. Die breite internationale Präsenz ist auf die frühzeitige Internationalisierung zurückzuführen. Schon 1961 errichtete das Unternehmen die erste Auslandsfabrik in Australien. Was anfangs vor allem die Reaktion auf Bedürfnisse der Kunden war, entwickelte sich immer mehr zu einem festen Bestandteil der Unternehmensstrategie. Heute ist HELLA in allen für das Unternehmen relevanten Wachstumsmärkten mit lokaler Entwicklung und Produktion sowie regionalen Shared Service Centern vertreten. Auf diese Weise kann das Unternehmen Produkte, ausgerichtet an spezifischen Marktbedürfnissen und in enger Abstimmung mit den jeweiligen Kunden, für den lokalen Bedarf entwickeln und produzieren. Allein im Berichtszeitraum gründete HELLA

zwei weitere Entwicklungszentren in Guadalajara/Mexiko und in Ho-Chi-Minh-City/Vietnam. Zudem nahmen zwei neue Werke in Irapuato/Mexiko sowie Jiaxing/China die Produktion auf.

Innerhalb des stetig wachsenden – und damit auch zunehmend komplexen – HELLA Netzwerkes nehmen die deutschen Standorte eine Schlüsselrolle als globale Technologie- und Steuerungszentren ein. Deren Bedeutung wurde im Geschäftsjahr 2013/2014 durch die Einweihung eines Elektronik-Entwicklungszentrums sowie eines Gäste- und Konferenzentrums am Standort Lippstadt unterstrichen.

Ausgeprägte Innovationskultur als Basis für langfristigen Erfolg

Die hohen Investitionen in Forschung und Entwicklung bilden eine wesentliche Säule des Unternehmenserfolgs. HELLA besetzt dabei mit führender Technologie zentrale Megatrends der Automobilindustrie: Umwelt und Energieeffizienz, Sicherheit sowie Styling (LED) und Komfort. Weiterhin unterstützt das Unternehmen Hersteller bei der Umsetzung von Systemen für autonomes Fahren. Mit 514 Mio. Euro investierte HELLA im Berichtszeitraum 9,6 % des Umsatzes in neue Produkte und technologische Innovationen. Auf diese Weise prägt HELLA globale Trends und erforscht und entwickelt neue



Technologien und Produkte. Mehr als 5.800 Mitarbeiter sind im weltweiten Entwicklungsnetzwerk an der Entwicklung innovativer Produktkonzepte beteiligt. Mit dieser Innovationskraft nimmt HELLA eine Premiumpplatzierung bei führenden Kunden ein und gehört zu den Technologieführern im Markt. So erhielt HELLA im abgelaufenen Geschäftsjahr für den Matrix-LED-Scheinwerfer den für die Automobilzulieferindustrie bedeutenden PACE-Award.

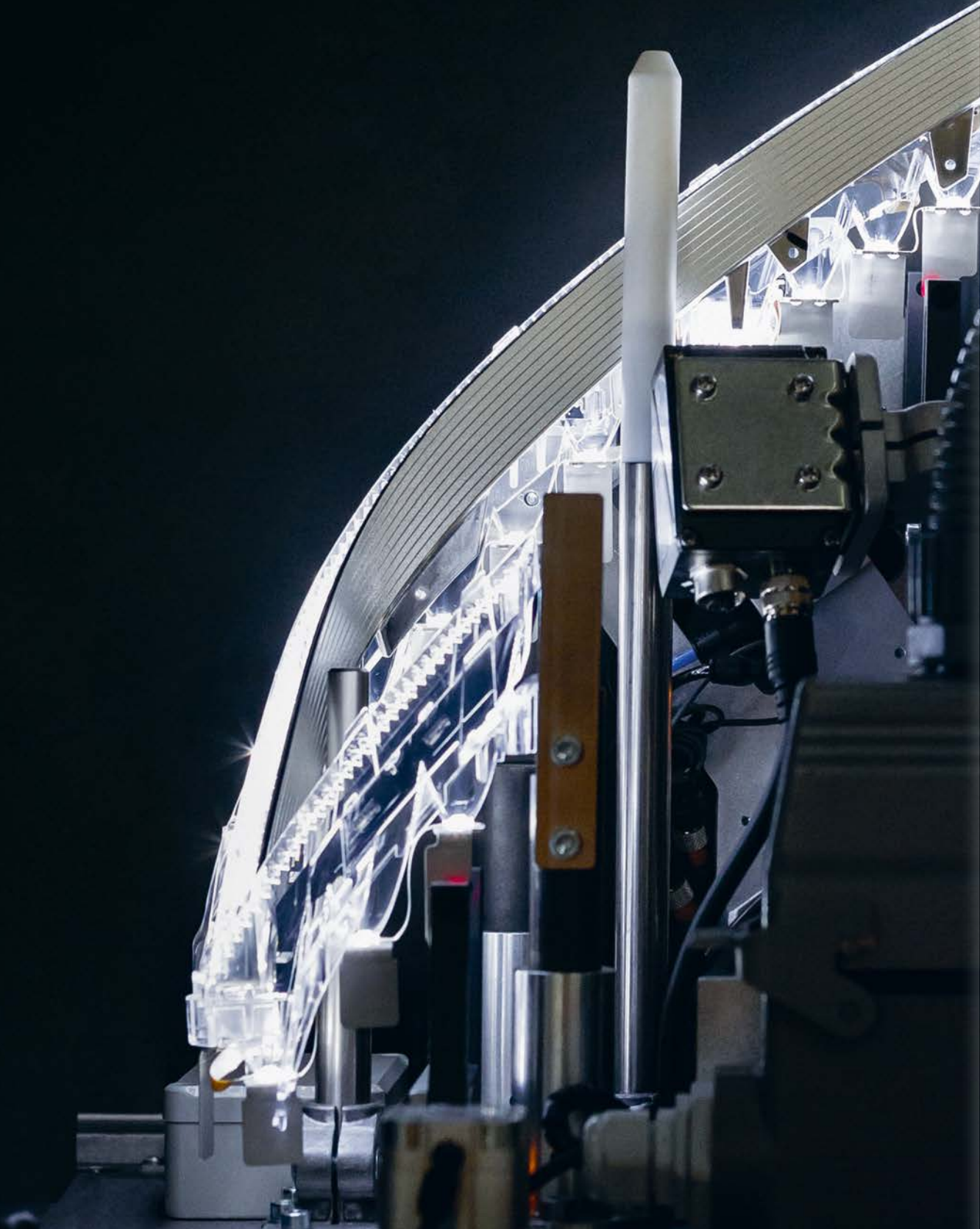
Wachstum mit Partnern in der Netzwerkstrategie

Seit mehr als 15 Jahren ergänzt HELLA die eigenen Kompetenzen durch die Gründung von Gemeinschaftsunternehmen mit starken Partnern. Mit dieser Netzwerkstrategie erschließt HELLA neue Technologien, realisiert Marktzugänge und schafft Synergien bei gleichzeitig reduziertem Risiko. In Summe haben die at Equity bilanzierten Unternehmen im Geschäftsjahr 2013/2014 einen Umsatz von 2,5 Mrd. Euro berichtet. Sie trugen rund 40 Mio. Euro zum Konzernergebnis von HELLA bei. Im Geschäftsbereich Licht ist HELLA mit Mahle Behr und Plastic Omnium an dem Joint Venture HBPO beteiligt, das sich als Weltmarktführer für extern vergebene Frontendmodule etabliert hat. Weitere Beispiele für erfolgreiche Kooperationen sind Gemeinschaftsunternehmen im Geschäftsbereich Elektronik, wie etwa BHTC oder das südkoreanische

Unternehmen Mando Hella Electronics (MHE). Während BHTC Klimaregulierungssysteme entwickelt, produziert und vertreibt, bietet MHE Komponenten und Systeme zur Fahrerassistenz sowie für die Karosserieelektronik an. Im Aftermarket unterhält HELLA mit Mahle Behr das Gemeinschaftsunternehmen Behr Hella Service, das auf den Vertrieb von Kühlungs- und Klimaersatzteilen spezialisiert ist.

Solide Finanzierungsstruktur schafft unternehmerische Handlungsspielräume

Als Familienunternehmen setzt HELLA auf eine solide Finanzierungsstruktur, die dem Unternehmen langfristiges Handeln ermöglicht. Auf der Basis des operativen Erfolgs im Geschäftsjahr 2013/2014 hat HELLA diese weiter verbessert und durch die Begebung einer Unternehmensanleihe in Höhe von 300 Mio. Euro zusätzlich erweitert. Diese Anleihe wird HELLA nutzen, um die Entwicklung des globalen Netzwerkes weiter voranzutreiben. Gleichzeitig wird das Unternehmen damit die im Oktober 2014 auslaufende Anleihe in Höhe von 200 Mio. Euro refinanzieren. Im Zuge der Anleihebegebung im März 2014 hat die Ratingagentur Moody's das Investmentgrade-Rating des Konzerns mit der Bonitätsnote Baa2 bei stabilem Ausblick bestätigt. Die verfügbare Liquidität stieg auf rund 990 Mio. Euro, die Eigenkapitalquote lag bei 30%.





AUTOMOTIVE
LICHT

AUTOMOTIVE LICHT IN ZAHLEN

3

neue Produktionsstandorte
in China erweitern das Netzwerk
im Geschäftsbereich Licht.



87.000 m²

Fläche, davon rund 50.000 m²
für die Produktion: Jiaxing
ist der größte Produktions-
standort in China.

10

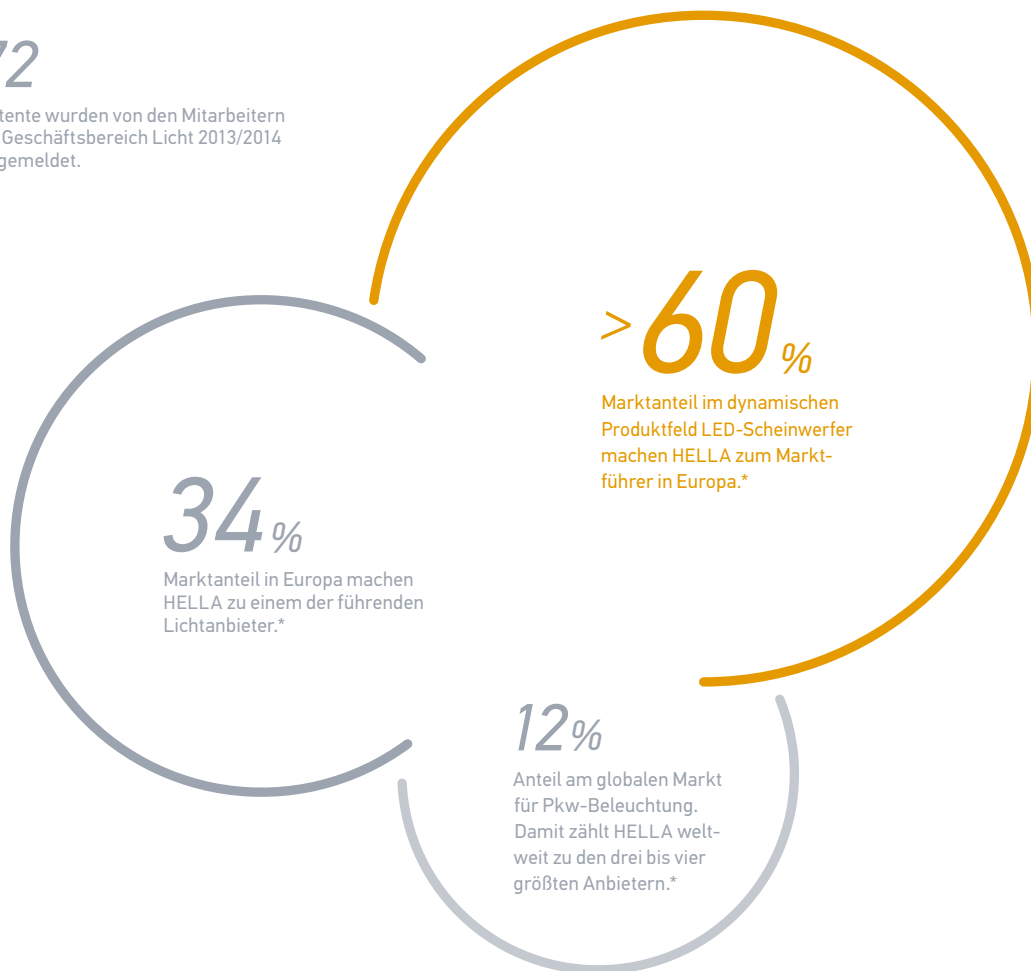
Entwicklungsstandorte und
14 Produktionsstandorte gibt
es im Geschäftsbereich Licht.

LED- HIGHLIGHTS

- 2003/2004 brachte HELLA das weltweit erste LED-Tagfahrlicht im Audi A8 in Serie.
- 2013/2014 folgte der weltweit erste Scheinwerfer mit Matrix-LED-Licht im Nachfolgermodell.

72

Patente wurden von den Mitarbeitern im Geschäftsbereich Licht 2013/2014 angemeldet.



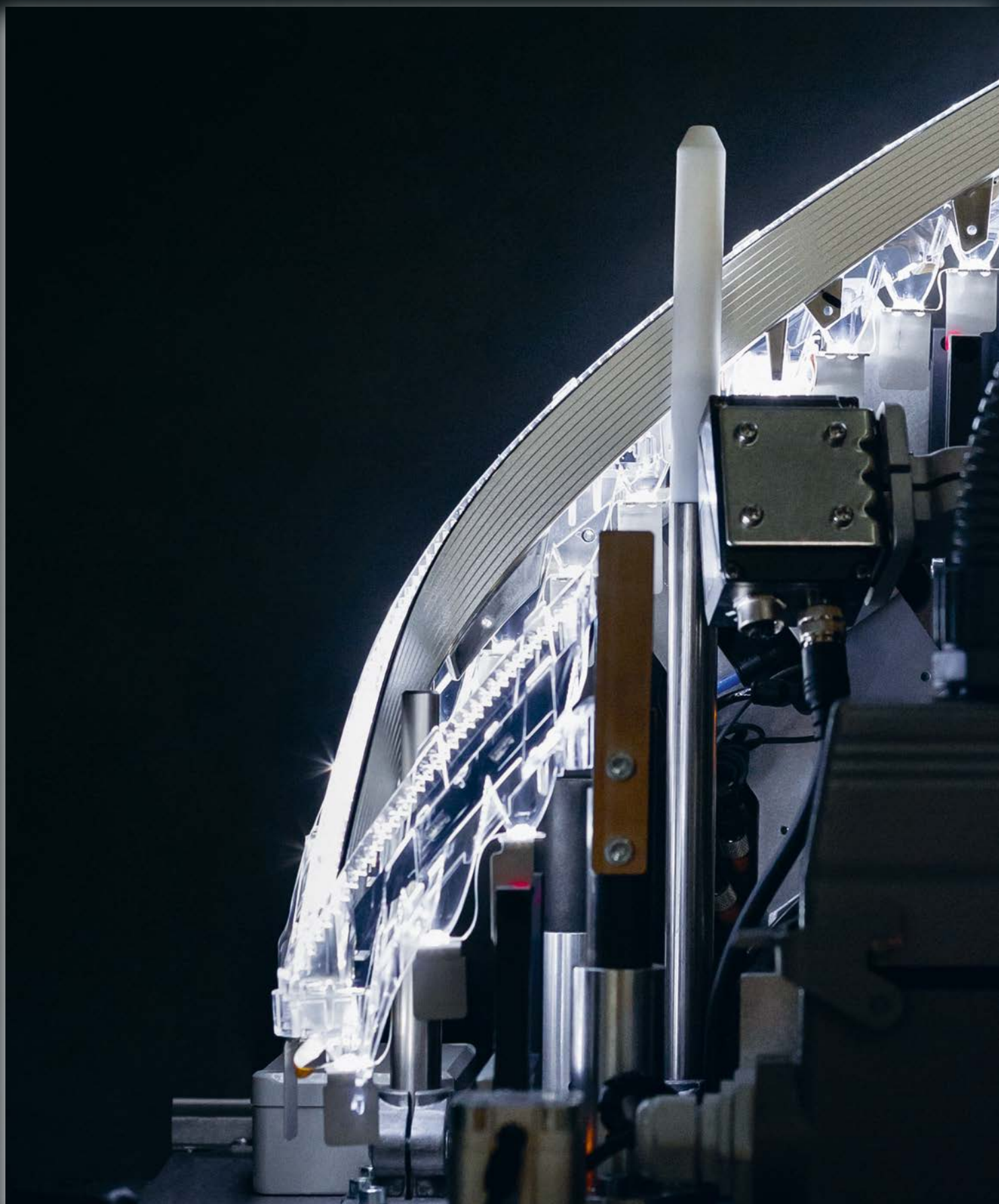
16.581.374

unterschiedliche Farben können mit dem RGB-Modul zur Ansteuerung des Innenlichts im Fahrzeug theoretisch erzeugt werden.

Das Thema Licht ist seit der Firmengründung eng mit der Marke HELLA verbunden. Von Scheinwerfern und Heckleuchten über Signal- und Innenleuchten bis hin zu komplexer Lichtelektronik entwickelt und produziert das Unternehmen für fast alle Automobilhersteller weltweit. Dabei gewinnt die

LED-Technologie immer mehr an Bedeutung und verändert die automobilen Lichttechnik maßgeblich. Neue Technologien und Systeme erforscht und entwickelt HELLA an zehn Standorten weltweit.

* Basierend auf einer im Auftrag von HELLA erstellten Marktstudie für ausgewählte Produktgruppen nach Umsatzvolumen für Pkw und leichte Nutzfahrzeuge.





ZUKUNFT ENTWICKELN

Neuartige Scheinwerfer fallen nicht einfach vom Himmel. Sie sind das Ergebnis langer, planvoller Arbeit eines großen Teams. Der Matrix-LED-Scheinwerfer von HELLA ist ein gutes Beispiel für eine solche Innovation.



→ 01

01 Martin Wüller prüft das Ergebnis monatelanger Entwicklungsarbeit.
02 Ein wichtiger Schritt im Entwicklungsprozess: Der funktionsfähige Prototyp aus dem 3D-Drucker.
03 **Spezialanforderungen:** Für den amerikanischen Markt sind andere Lichtfunktionen, wie beispielsweise die orangefarbenen Rückstrahler, vorgeschrieben.



→ 02



→ 03

Martin Wüller ist bestens vorbereitet: Zum Treffen im HELLA Entwicklungszentrum in Lippstadt hat er Scheinwerfer-Equipment, seinen Laptop und einen tragbaren Stromgenerator mitgebracht. „Es geht gleich los“, sagt der HELLA Ingenieur, steckt noch einige Kabel in Buchsen und fährt seinen Rechner hoch.

Der 38-Jährige ist Projektleiter für die Serienentwicklung des Matrix-LED-Scheinwerfers, der im aktuellen Audi A8 verbaut wird. In dieser Ausstattung rollt das Oberklasse-Flaggschiff am Fertigungsstandort Neckarsulm jährlich gut 15.000 Mal vom Band. Martin Wüller und fast 60 weitere Konstrukteure, Lichttechniker, Elektroniker, Prozess- und Qualitätsplaner von HELLA haben gut dreieinhalb Jahre gemeinsam mit dem Autohersteller daran gearbeitet, ein Produkt mit völlig neuen Funktionen ins Leben zu rufen. Bei ihm liefen die Fäden für die Serienentwicklung zusammen: Er koordinierte Qualität, Kosten und Termine, stimmte sich eng mit den Kollegen von Audi und Zuliefernden Firmen ab. So erfolgreich, dass HELLA mit dem Matrix-LED-Scheinwerfer 2014 den PACE-Award gewonnen hat, mit dem besonders innovative Technologien der Automobilindustrie ausgezeichnet werden.

Schlaues Fernlicht und dynamischer Blinker

Der Matrix-LED-Scheinwerfer beleuchtet das Verkehrsgeschehen besonders hell, gleichmäßig und dynamisch. Man fährt ständig mit Fernlicht. Weil sich aber 50 von insgesamt 82 eingebauten Leuchtdioden einzeln ansteuern lassen, werden entgegenkommende und vorausfahrende Fahrzeuge nie geblendet. Die LEDs lassen sich innerhalb von Millisekunden einzeln zu- und abschalten oder dimmen, so dass sich das Licht an die Umgebung anpasst. Das funktioniert auf gerader Strecke ebenso gut wie bei Kurvenfahrten. Zudem beinhalten die Scheinwerfer einen Blinker, wie es ihn noch nie gab. Die leuchtenden LEDs wandern innerhalb von 150 Millisekunden blockweise in die Richtung, in die der Fahrer abbiegt – und stellen damit ein weiteres Sicherheitsplus dar.

„All das gab es in dieser Kombination noch nie“, erklärt Martin Wüller und deutet auf ein Schaubild, das die Entwicklung früherer Scheinwerfer entlang eines Zeitstrahls zeigt. Seit zwölf Jahren steht der leger in Jeans und gestreiftem Hemd gekleidete Elektrotechnik-Ingenieur und MBA in den Diensten von HELLA. Bereits in seiner Diplomarbeit hatte er sich intensiv mit LEDs auseinandergesetzt. Und er erinnert sich gut daran, dass vor zehn Jahren manch einer in der Autoindustrie noch belächelte, dass sich LEDs für die Hauptlichtfunktionen eines Fahrzeuges eignen könnten. Zu gering erschien damals die Lichtleistung, zu teuer waren LEDs, zu kompliziert ihre Kühlung. „Wir bei HELLA haben grundsätzlich immer daran geglaubt und die Herausforderungen schrittweise gelöst“, sagt Martin Wüller, und dabei schwingt auch ein bisschen Stolz mit.

LED-Autoscheinwerfer sind salonfähig geworden. Gegenüber anderen Technologien bieten sie viele Vorteile in puncto Sicherheit, Energieeffizienz und Design. In den vergangenen zehn Jahren hat sich die Lichtstärke von LEDs verfünffacht, ohne dass sie mehr Energie benötigen. Ihre Lichtausbeute ist mit bis zu 100 Lumen pro Watt im Vergleich zu Xenon-Lampen mit 80 und Halogenlampen mit 25 Lumen deutlich besser. Auch sind LEDs langlebig: Mit bis zu 50.000 Stunden Nutzungszeit überdauern sie ein Autoleben. Und schließlich ermöglichen LEDs den Designern neue kreative Möglichkeiten, weil sie platzsparend und in immer neuen Formen verbaut werden können. Mithilfe der LEDs im Scheinwerfer kann man die Frontpartie eines Autos gezielt modellieren, um den individuellen Charakter einer Automarke oder einer Baureihe zu betonen.

82

LED-Chips sorgen für eine stets optimale Lichtverteilung.

Teamwork und Präzision

Der Matrix-LED-Scheinwerfer ist gegenwärtig so etwas wie die Spitze dieser Entwicklung. Und wenn man Martin Wüller fragt, welche Faktoren dazu führen, dass solch eine Innovation entstehen kann, sagt er wie aus der Pistole geschossen: „Harte Arbeit!“ Dann lacht er und ergänzt: „Hinzu kommt ein offener und vertrauensvoller Austausch der HELLA Teammitglieder untereinander und mit dem Kunden. Man muss an einem Strang ziehen.“ Damit das klappt, gibt es einen detaillierten Projektterminplan mit zuvor festgelegten Meilensteinen. Diese sind zwingend zu erreichen, um den Serienanlauf des Fahrzeuges nicht zu gefährden. Zur Erreichung dieser Meilensteine werden regelmäßige Treffen und Präsentationen, sowohl intern als auch beim Kunden abgehalten.

„Innovationen gehen mit sehr viel unsichtbarer Detailarbeit einher“, ist sich der Ingenieur sicher. „Etwas Bahnbrechendes fällt nicht einfach vom Himmel, sondern ist das Ergebnis vieler kleiner Schritte.“ Etwa beim wichtigen Thema Toleranzen. „Wie exakt und reproduzierbar lassen sich Einzelbauteile herstellen, zusammenfügen und wie dehnen sich die Bauteile später im Alltagsbetrieb des Autos bedingt durch Erwärmung aus?“, umreißt Martin Wüller einige der entscheidenden Fragen. Auch kleinste Abweichungen können das Gesamtsystem Scheinwerfer verändern. Wenn zum Beispiel der Abstand einer LED zum Reflektor geringer wird, verändert sich auch das Lichtbild. Martin Wüller und sein Team suchen deshalb nach Lösungen, und dabei müssen Konstrukteure und Lichttechniker auch schon mal um Kompromisse ringen. „Falls nötig, moderiere ich die Diskussion und führe eine Entscheidung herbei“, erklärt der Projektleiter.

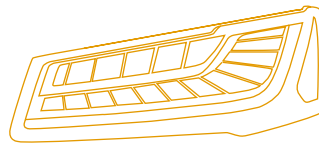
»Etwas Bahnbrechendes fällt nicht einfach vom Himmel, sondern ist das Ergebnis vieler kleiner Entwicklungsschritte.«

MARTIN WÜLLER, PROJEKTLIEFER
SERIENENTWICKLUNG DES MATRIX-
LED-SCHINWERFERS

Optimieren und weiter denken

Ein weiterer wichtiger Bereich der Serienentwicklung befasst sich mit der Prüfung des Scheinwerfers. „Das Meiste davon simulieren wir am Computer“, sagt Martin Wüller. Alle Bauteile und Funktionen lassen sich mittels spezieller Software virtuell auf Herz und Nieren testen. Trotzdem erfolgen anschließend noch ausgiebige physische Tests. Es wird geschüttelt und gerüttelt, was das Zeug hält. Dabei spannt man den Scheinwerfer zum Beispiel in eine Vorrichtung und schüttelt ihn mehrere Stunden mit der mehrfachen Erdbeschleunigung in alle drei Raumrichtungen. Und es gibt etliche weitere Tests – elektrische etwa, bei denen Unterspannung und Hochspannung an den Scheinwerfer angelegt werden. „Am Ende des Tages kann man keine Expertenmeinung wegsimulieren“, ist sich Martin Wüller sicher. „Die Erfahrung von Mitarbeitern ist Gold wert.“

Irgendwann, nach vielen Monaten des Planens, Bauens, Testens und Arbeitens, ist es dann geschafft. Die Serienentwicklung ist abgeschlossen. Aber noch während sich das Produkt in der Optimierung befindet, geht es bereits darum, die Fertigungslinien im Werk an die komplexen Anforderungen des neuen Scheinwerfers anzupassen. Insbesondere beim Messen und Kontrollieren des „neuen Lichtes“, müssen die Ingenieure noch einmal echte Pionierarbeit leisten, bevor sie das Projekt an das 250-köpfige HELLA Produktionsteam übergeben. Die Scheinwerfer werden im HELLA Werk in Lippstadt gefertigt, danach nach Neckarsulm transportiert und dort verbaut. „Wir hatten uns zwar vorgenommen, diesen Moment ein bisschen zu feiern, sind aber bislang irgendwie nicht dazu gekommen“, sagt Martin Wüller. „Aber das holen wir noch nach.“ Derweil steht bereits die nächste Scheinwerfergeneration des kommenden Audi A8 in den Startlöchern, die Planung läuft auf Hochtouren. Ideen gibt es viele. Nach der Innovation ist vor der Innovation.

**TECHNISCHE DETAILS**

Funktion Beleuchtung
Entwicklung Deutschland
Produktion Deutschland
Materialien Kunststoffe, Metalle



EIN MEILENSTEIN IN SACHEN SICHERHEIT, KOMFORT UND STYLING: Der Matrix-LED-Scheinwerfer im Audi A8 ist technologisch in vielerlei Hinsicht herausragend. Das blendfreie LED-Fernlicht gibt dem Fahrer die Möglichkeit, außerorts mit permanent eingeschaltetem Fernlicht zu fahren, und sorgt damit für einen deutlich höheren Fahrkomfort. Dabei werden entgegenkommende und vorausfahrende Fahrzeuge erkannt und der betreffende Fernlichtbereich präzise mithilfe der einzeln ansteuerbaren LEDs abgeschaltet. Auf diese Weise behält der Fahrer den Überblick, gleichzeitig werden andere Fahrzeuge nicht geblendet – ein Sicherheitsplus für alle Verkehrsteilnehmer. Der dynamisierte Blinker setzt zudem Akzente und erzeugt ein unvergleichliches Erscheinungsbild bei Tag und Nacht.

Starkes Wachstum mit LED-Produkten

Der Segmentumsatz des Geschäftsbereiches Licht wuchs im Geschäftsjahr 2013/2014 um 15 % auf 2,2 Mrd. Euro. Mit innovativen Lichtsystemen zur Anwendung im Front-, Heck- sowie Innenbereich, wie etwa der Matrix-LED-Technologie, setzte HELLA wesentliche technologische Trends und stärkte die Rolle als Technologieführer. Hohes Kundeninteresse an LED-Produkten bildete die Grundlage für das starke Wachstum vor allem in Europa, aber auch in Nordamerika und China. Dabei spielt die steigende Marktdurchdringung mit LED-Produkten vom Premium- ins Volumensegment eine immer wichtigere Rolle.

Sicherheit und Styling treiben LED-Nachfrage

HELLA verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung im Einsatz von LEDs und bietet Kunden damit Top-Know-how bei der Umsetzung innovativer LED-Beleuchtungslösungen für die Anwendung im Front-, Heck- und Innenraumbereich. Dabei verbindet HELLA hohe technologische Kompetenz in der Auslegung optischer Systeme mit dem Wissen um ein optimales Thermomanagement der Halbleiterlichtquellen. Zugleich werden die immer lichtstärkeren Varianten der LED mit anspruchsvoller Elektronik angesteuert und eröffnen damit völlig neue Möglichkeiten zur Umsetzung lichtbasierter Fahrerassistenz-Systeme.

Mit anspruchsvollen Designlösungen unterstützt HELLA Automobilhersteller bei der Gestaltung markenspezifischer Lichtfunktionen.

In Scheinwerfern liefert die LED aufgrund ihrer dem Tageslicht ähnlichen Lichtfarbe und der erweiterten Funktionalitäten wie Matrix-Licht vorrangig einen Sicherheitsvorteil, bietet darüber hinaus aber auch zahlreiche Differenzierungsmöglichkeiten über das Design. Im Innenraum und bei Heckleuchten sind dagegen im Wesentlichen Designaspekte maßgebend.

SEGMENTUMSATZ DES GESCHÄFTSBEREICHES LICHT (IN MIO. EURO)



Die Geschäftsjahre 2011/2012 und 2012/2013 wurden angepasst gemäß IFRS 11.
Weitere Erläuterungen sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

Einen Meilenstein in der automobilen Frontbeleuchtung stellte im November die Markteinführung des weltweit ersten Matrix-LED-Scheinwerfers mit blendfreiem Fernlicht dar. Für diese Innovation erhielt HELLA im April 2014 den für die Automobilzulieferindustrie bedeutenden PACE-Award. Neben dieser Matrix-Variante realisierte HELLA weitere Voll-LED-Scheinwerfer für deutsche Premiumkunden.

Im Heckbereich sind die vielfältigen Designmöglichkeiten Haupttreiber für den Einsatz von LEDs. Dies stellte HELLA im Geschäftsjahr 2013/2014 mit der Weiterentwicklung der bisher vorhandenen Technologien unter Beweis. So werden die bislang eingesetzten „glühenden Körper“ – das sind diffus leuchtende, massive Lichtkörper, die einen dreidimensionalen Eindruck erzeugen – durch deutlich filigranere Lichtleiter, sogenannte Thin Blades, abgelöst. Während an der Vorderkante der Thin Blades eine helle und scharfe Kontur abgebildet wird, entsteht durch zusätzliche Zierlinien auf den Lichtkörpern ein optischer Tiefeneffekt.

Vom kleinen Stadtwagen bis zum Premium-SUV wuchs darüber hinaus das Interesse an ambienten Lichtlösungen für den Fahrzeuginnenraum erheblich. Um dem steigenden Wunsch nach Individualisierung des Interieurs gerecht zu werden, greifen die Designer bei HELLA auf ein breites Spektrum an Gestaltungsmöglichkeiten zurück: von langgezogenen Lichtleitern, die um die Mittelkonsole herum oder in Türdekore integriert sind, bis hin zu diffusem, den Fußraum oder die Kartentaschen ausleuchtendem Licht. Neue Steuergeräte und intelligente Ver-

netzungen erlauben dabei die Gestaltung des Innenraums in verschiedenen Farbkombinationen, wodurch eine Vielzahl an individuellen Farbkonzepten im Innenraum entsteht.

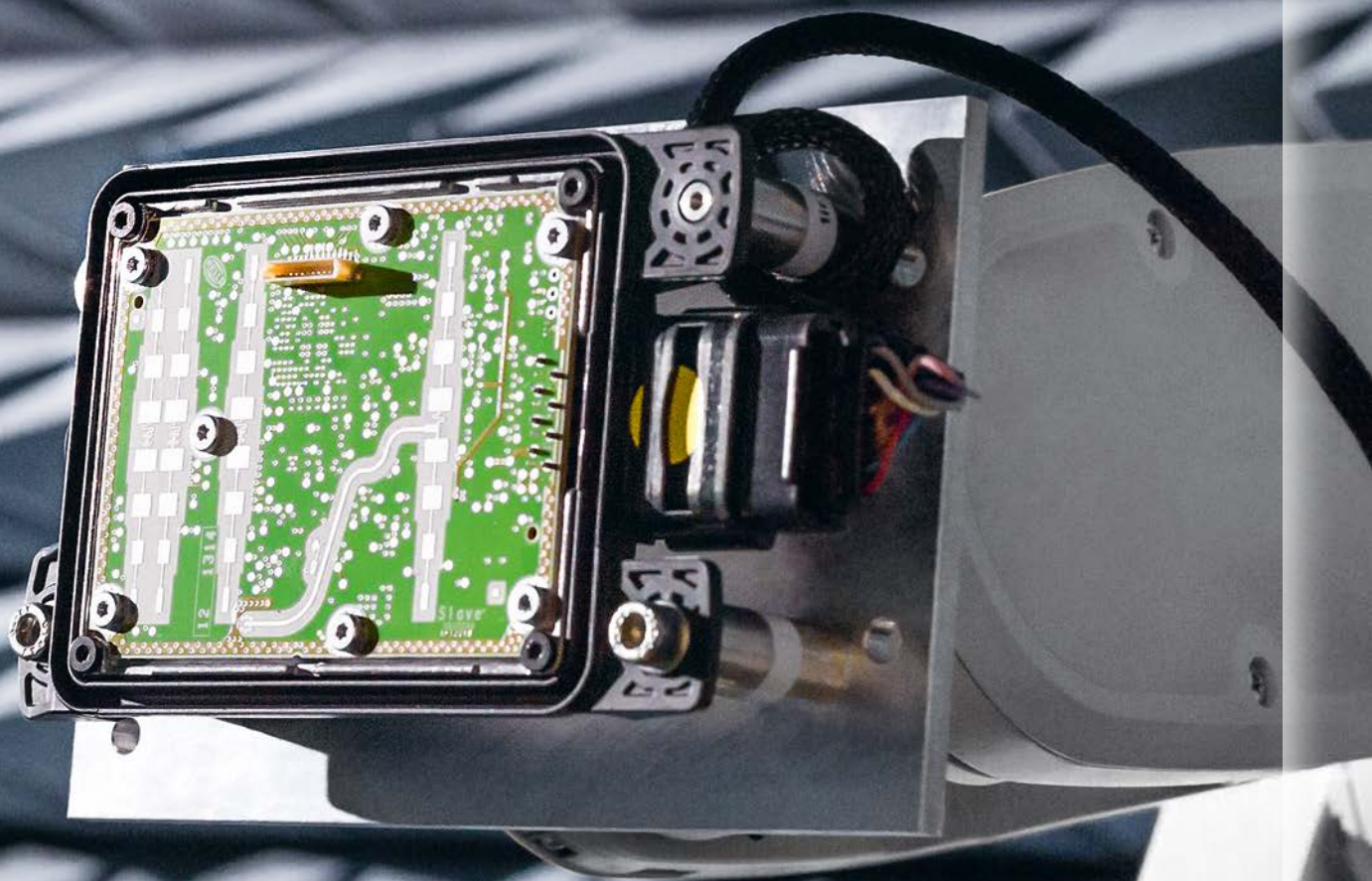
Starke Vorentwicklung sichert Innovationskraft

Mit der Beteiligung an verschiedenen Forschungsprojekten sowie einer starken Vorentwicklung sichert HELLA nachhaltig die eigene Innovationskraft. Ingenieure sowie Spezialisten der Fachbereiche Elektronik, Software, Optik und Design arbeiten fachübergreifend an Fragestellungen zu neuen Lichtquellen wie OLED oder Laser, aber auch an neuen Styling- und Effizienzkonzepten. Darüber hinaus bringt HELLA das eigene Know-how in Forschungs Kooperationen mit anderen Unternehmen ein, um gemeinsam sicherheitsfördernde und effiziente Automobilbeleuchtung der Zukunft zu entwickeln.

Globale Präsenz in den Wachstumsmärkten

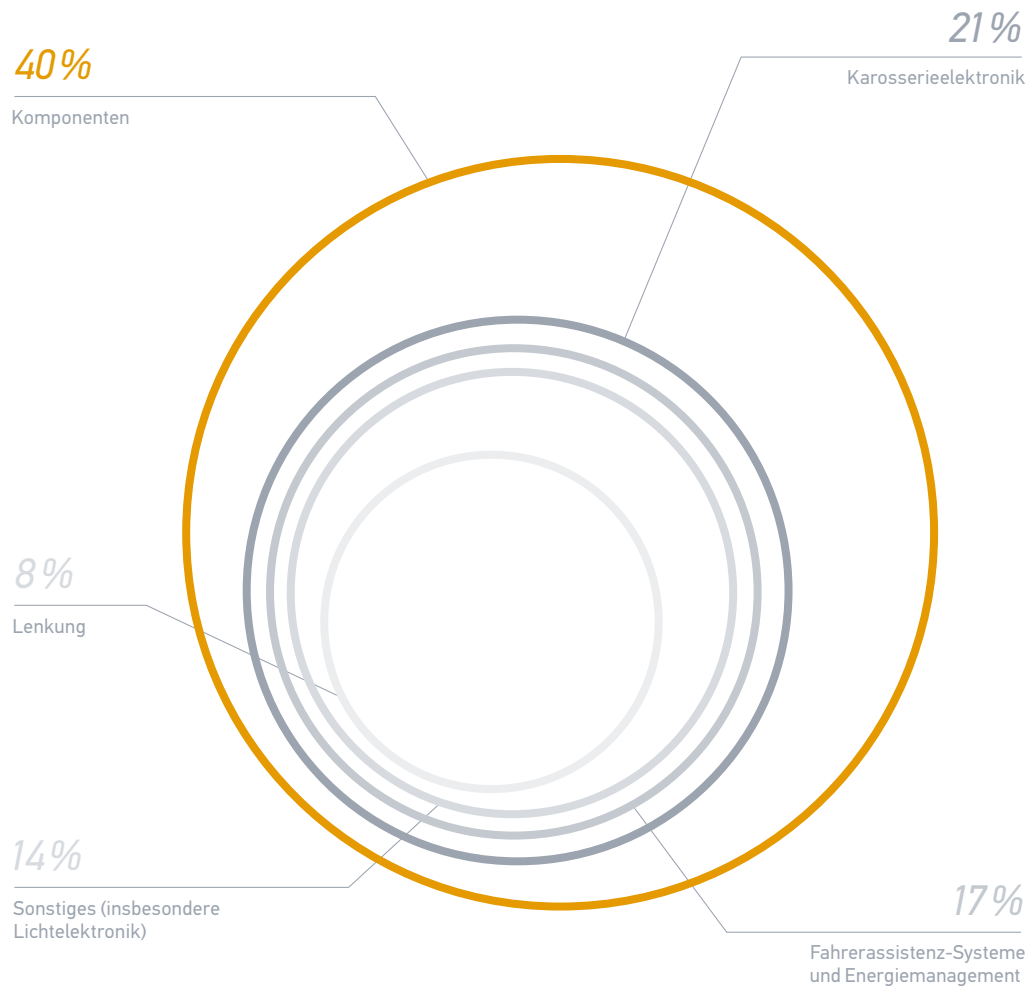
Die Präsenz in den großen und wesentlichen Wachstumsmärkten der Automobilindustrie ist für HELLA ein entscheidender Wettbewerbsfaktor. Diesem Ansatz folgend, wurde das globale Netzwerk im Berichtszeitraum um zwei Produktionsstandorte in Irapuato/Mexiko und Jiaxing/China sowie einen produzierenden Joint-Venture-Standort in Chengdu/China erweitert. Überdies stärkte HELLA die eigene Position als führender Lichtspezialist im Wachstumsmarkt Asien durch die Gründung eines Joint Ventures mit dem chinesischen Automobilhersteller BAIC. In diesem Joint Venture werden ab September 2014 Lichtsysteme für den chinesischen Markt entwickelt und produziert.

AUTOMOTIVE *ELEKTRONIK*



AUTOMOTIVE ELEKTRONIK IN ZAHLEN

Anteil der einzelnen Produktcenter am
Gesamtumsatz des Geschäftsbereichs Elektronik:



11g CO₂

werden pro Kilometer durch den Einsatz der Start-Stopp-Funktion eingespart. HELLA liefert zur Unterstützung dieser Funktion Produkte wie den Intelligenten Batteriesensor oder Spannungsstabilisatoren.

TOP 1

Bei Vakuumpumpen und Fahrpedalgebern ist HELLA allein, bei Intelligenten Batteriesensoren zusammen mit Netzwerkpartnern Marktführer – sowohl im europäischen als auch im globalen Markt.*

6,5 Mio.

verkaufte Radarsensoren auf Basis der 24-GHz-Technologie.

700

Mitarbeiter erforschen, entwickeln und prüfen neue Technologien im Entwicklungszentrum für Elektronik in Lippstadt.



Entwicklung der Produktion von Aktuatoren in Stückzahlen:



Marktanteil – damit gehört HELLA bei der elektrischen Lenkkraftunterstützung zu den Top 3 in Europa.*

Das **Automobil von heute** kommt ohne Elektronik nicht mehr aus. Von den Produktionskosten eines Gesamtfahrzeugs entfallen rund 30 % auf elektronische Komponenten. HELLA ist in diesem Wachstumsmarkt präsent und bietet mehr als 50 Produkte, die dazu beitragen, Fahrzeuge heute und

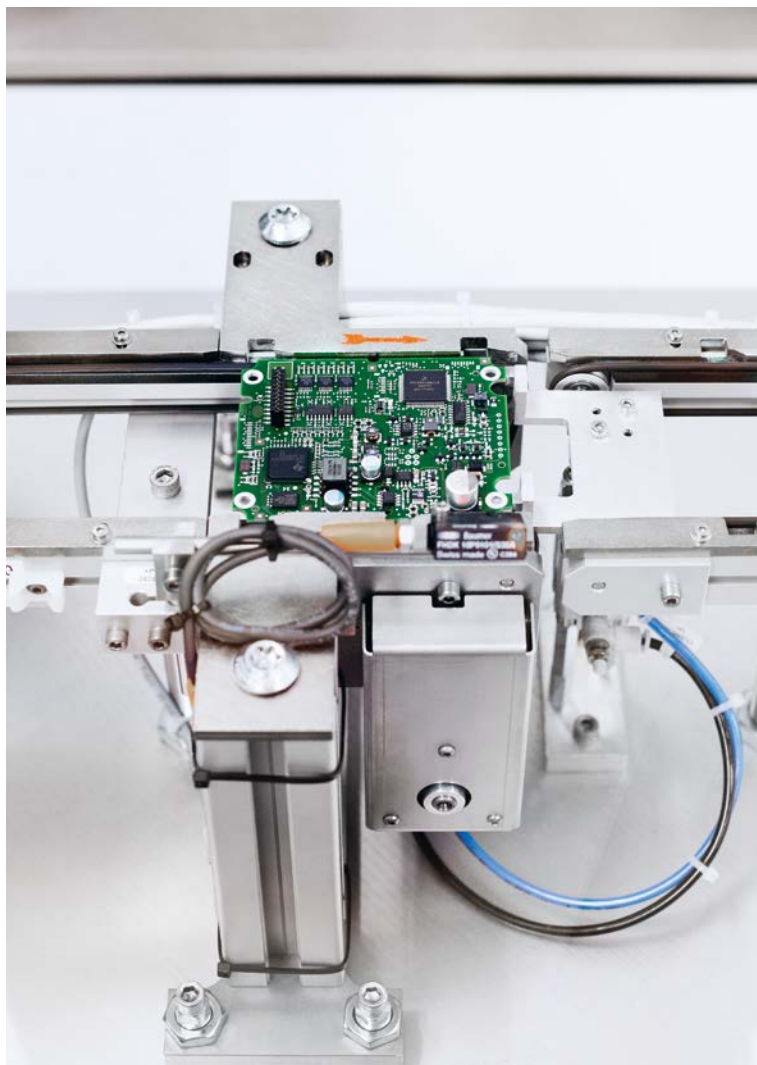
zukünftig sicherer, effizienter und komfortabler zu machen. Vom Beginn des Elektronik-Geschäfts mit Blinkgebern und Relais in den 1960er-Jahren bis heute hat sich HELLA zu einem kompetenten Anbieter von spezialisierten Elektronikprodukten und komplexen Systemen entwickelt.

* Basierend auf einer im Auftrag von HELLA erstellten Marktstudie für ausgewählte Produktgruppen nach Umsatzvolumen für Pkw und leichte Nutzfahrzeuge.

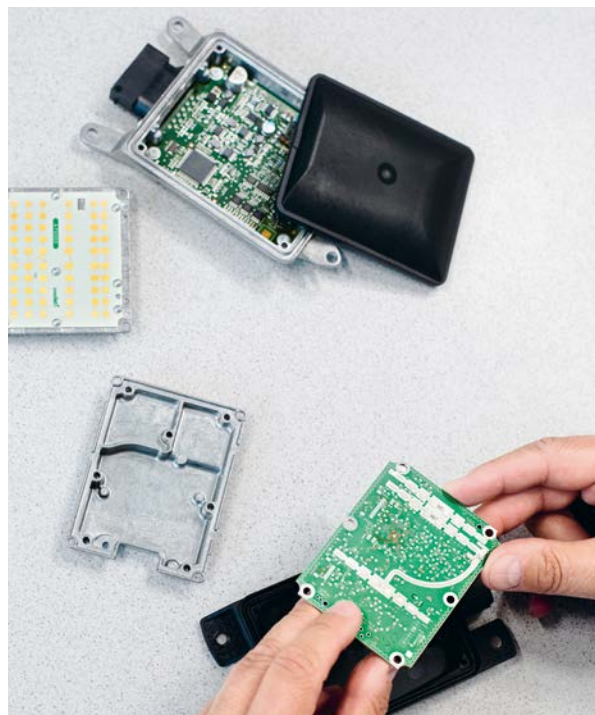
FORTSCHRITT DURCH RÜCKBLICK

In den vergangenen Jahren haben Assistenz-Systeme in Fahrzeugen zunehmend an Bedeutung gewonnen und stehen Autofahrern in immer komplexeren Verkehrssituationen als wertvolle Beifahrer zur Seite. Auf dem Weg zur Umsetzung des autonom fahrenden Fahrzeuges wird der Anspruch an Assistenz-Systeme zukünftig weiter steigen – und HELLA prägt diese Entwicklung entscheidend mit.





→ 01



→ 02



→ 03

01 Ansterelektronik für den Radarsensor 2.0. **02 Platzsparend:** Die Radar-Generation 3.0 (unten) vereint Antenne und Ansteuerung (beide oben im Bild) auf einer Leiterplatte. **03 Carsten Roch** verantwortet den gesamten Bereich „Fahrerassistenz-Systeme“.

Jahr 2025, Shanghai/China. Es ist 8 Uhr morgens: Die Stadt ist längst auf den Beinen, die Straßen sind gut gefüllt. Viele Einwohner fahren mit dem Auto zur Arbeit. Das heißt: Eigentlich werden die meisten gefahren – von ihren Fahrzeugen, die sich dank ihrer Assistenz-Systeme zumeist selbstständig durch den dichten Stadtverkehr schlängeln, an Ampeln rechtzeitig bremsen und Abstand zum Vordermann halten. Vor wenigen Jahren noch wäre eine solche Szene als Science-Fiction abgetan worden. Selbstständig fahrende Autos? In Innenstädten? Das klang in vielen Ohren nach Zukunftsmusik. Inzwischen ist viel passiert, die Industrie ist technologisch in der Lage, autonomes Fahren fast vollständig zu ermöglichen. Oft sind es nur die rechtlichen Rahmenbedingungen, die bestimmte Funktionen noch ausschließen.

Nahezu alle Automobilhersteller wetteifern darum, möglichst rasch immer ausgefeiltere Fahrerassistenz-Systeme auf den Markt zu bringen – und zwar quer durch alle Fahrzeugklassen. Die Systeme sind längst auch in kleinen Kompaktwagen angekommen. Was einst ein reiner Premiummarkt war, hat sich zu einem Massenmarkt mit hohen Stückzahlen entwickelt. Sogar bislang marktfremde Unternehmen wie Google sind auf das Thema angesprungen und lassen ihre Roboterautos Testkilometer um Testkilometer abspulen.

Radar ist unverzichtbar

Der Wunsch nach möglichst sicherem, komfortablem und emissionsarmem Verkehr vor allem in Innenstädten ist ein globaler Megatrend geworden. „Das autonom fahrende Automobil steht auf der Agenda vieler Autohersteller und damit auch bei HELLA sehr weit oben“, bestätigt Carsten Roch. Er weiß, wovon er spricht. Seit zwölf Jahren beschäftigt sich der Westfale bei HELLA mit dem Thema Radar. Damals startete der gelernte Ingenieurinformatiker mit einem 20-köpfigen Team. Heute ist er für den gesamten Bereich „Fahrerassistenz-Systeme“ verantwortlich, der auf weit über 300 Mitarbeiter gewachsen ist. Sie alle arbeiten an der Entwicklung, Industrialisierung und Vermarktung von Radarsensoren, die Informationen aus dem Verkehrsumfeld sammeln. Damit wird der Einsatz von Systemen möglich, die den Fahrer zum Beispiel beim Wechseln der Spur, bei der Erkennung von Objekten im toten Winkel oder beim Rückwärtsausparken mit akustischen oder visuellen Signalen warnen und leiten. 6,5 Mio. solcher Sensoren wurden bei HELLA bislang hergestellt.

Von Anfang an setzte HELLA auf sogenannte Mittelbereichs-Sensoren, die mit einer Frequenz von 24 Gigahertz arbeiten und besonders gut bewegte Objekte im näheren Umfeld des Autos identifizieren können. Schritt für Schritt wurde die Technologie der Sensoren verfeinert und auf Basis hochintegrierter Bauteile weiterentwickelt. Radar ist zu einer unverzichtbaren Standard-Technologie geworden. „Im Laufe der Jahre sammelten wir immer mehr Know-how und machten das Geschäft erfolgreicher“, erklärt Carsten Roch, der auf dem Besprechungstisch in seinem Büro in Lipstadt einige der handtellergroßen Sensoren ausgebreitet hat. Mit viel Liebe zum Detail erklärt er Aufbau und Funktionen. „Was früher auf einer mehrere Quadratzentimeter großen Leiterplatte untergebracht war, verbirgt sich heute auf einer deutlich kleineren Platine und einem Chip“, sagt er und deutet auf das winzige Halbleiterelement. Aber nicht nur bei der Hardware machte HELLA in den vergangenen Jahren Fortschritte, sondern auch bei der Software und der Einbettung der Sensoren ins gesamte Automobil, der so genannten Systemintegration. „Von der Signalverarbeitung bis zur Systemauslegung und Anpassung an die

6,5

Mio. Radarsensoren hat
HELLA bislang hergestellt.

individuellen Vorgaben der Autohersteller: All das machen wir mittlerweile hier bei HELLA“, sagt Carsten Roch. Die dritte Generation der Sensoren ist seit einigen Monaten auf dem Markt, viele große Autohersteller vertrauen darauf. Im Bereich der 24-Gigahertz-Schmalband-Technologie ist HELLA einer der führenden Lieferanten weltweit.

International und vernetzt

Das Geschäft ist längst ein internationales, und HELLA treibt diese Entwicklung aktiv voran. „Vor allem in Asien bauen wir zunehmend lokale Entwicklungs-, Fertigungs- und Vermarktungskompetenzen auf, um die Produkte ganz nah an den Kunden zu bringen“, sagt Kristian Döscher, der bei HELLA für das weltweite Marketing von Automotive-Produkten verantwortlich ist. Sein Büro in Lippstadt ist nicht weit entfernt von dem Carsten Rochs. Beide stehen in regelmäßigem Kontakt und engem Austausch und überlegen gemeinsam, wie Entwickler, Projektmanager sowie Marketing- und Vertriebsprofis weltweit am effektivsten zusammenarbeiten können.

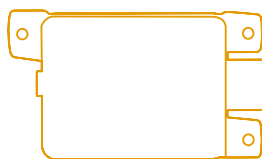
Diese Zusammenarbeit hat viele Gesichter: So startete zum Beispiel bereits vor einigen Jahren die erste Radarsensoren-Produktionslinie für den asiatischen Markt im Rahmen eines Joint Ventures in Südkorea. Anfang 2015 läuft die Produktion erster Radarsensoren in den USA an, eine Fertigung in China steht in den Startlöchern. Ziel ist es, im chinesischen Markt sowohl Joint Ventures als auch lokale Autohersteller beliefern zu können. „Gerade in asiatischen Großstädten wird der Verkehr immer komplexer“, sagt Kristian Döscher und deutet auf eine Abbildung auf seinem Computerbildschirm. „Zudem sehnen sich vor allem ältere Menschen während der Fahrt nach Unterstützung und Entlastung. Daher unterstützen Assistenz-Funktionen sowohl in jungen, aufstrebenden Wachstumsmärkten wie China als auch in Industrienationen mit alternder Bevölkerung einen langfristigen Trend.“ Um diese Konsumentengruppen optimal zu bedienen, hat HELLA konsequent auf die Skalierbarkeit der Radarprodukte gesetzt. „Mit unseren Radarprodukten bieten wir mittlerweile Produktlösungen für die gesamte Bandbreite vom Premium- bis zum Kompaktsegment und können je nach Kundenwunsch verschiedene Funktionen mit unseren Produkten darstellen“, erläutert Kristian Döscher.

Gerüstet für die Zukunft

Unterdessen arbeiten die Entwickler um Carsten Roch mit Hochdruck an den nächsten Generationen von Radarsensoren. „Unser Ziel ist es, im Bereich der 24-Gigahertz-Sensoren unseren Vorsprung auszubauen und unser Know-how auf neue Technologiefelder zu übertragen“, sagt er. 77- und später auch 79-Gigahertz-Sensoren etwa bieten neue, zusätzliche Möglichkeiten, um Objekte im direkten Umfeld des Fahrzeugs zu identifizieren. Dann misst das Auto selbstständig und „auf den Millimeter“ genau Parklücken aus. „Der Trend geht klar in Richtung immer kleinerer und leistungsfähigerer Sensoren und mit unserem Know-how sind wir dafür bestens gerüstet“, sagt Carsten Roch. Gleichzeitig unterstützt HELLA die Autohersteller darin, die Anzahl der Steuergeräte im Fahrzeug zu reduzieren, was der Stabilität und dem Preis der Systeme zugutekommt. In Zukunft wird es immer weniger, dafür aber leistungsfähigere Steuergeräte geben, die die Daten einer Vielzahl von Sensoren zentral bündeln und verarbeiten. Für HELLA gibt es also viel zu tun. Aber das schreckt Carsten Roch nicht ab – im Gegenteil, sagt er, und lacht: „Ich mache das sehr gerne. Radarsensoren sind meine Leidenschaft.“

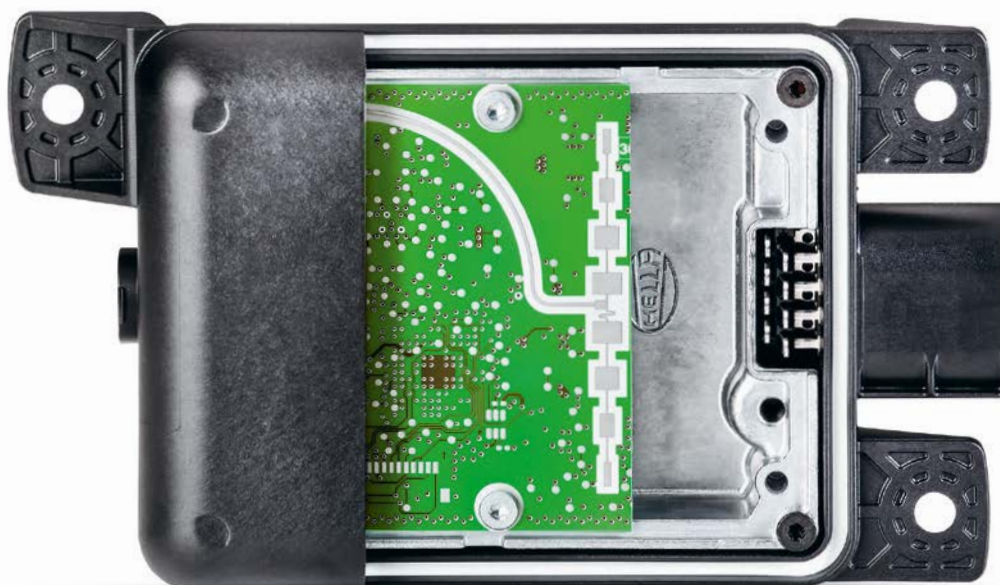
»Das autonom fahrende Automobil steht auf der Agenda vieler Autohersteller sehr weit oben. Mit unseren Radarsensoren können wir sie bei der Umsetzung dieser Vision optimal unterstützen.«

CARSTEN ROCH, LEITER DES BEREICHS „FAHRERASSISTENZSYSTEME“ BEI HELLA



TECHNISCHE DETAILS

Funktion Verkehrsüberwachung
Entwicklung Deutschland
Produktion Deutschland, Südkorea
Materialien Aluminium, Kunststoffe



BEHÄLT IM BLICK, WAS SCHNELL VERSCHWINDET: Der 24-GHz-Radarsensor der dritten Generation überwacht den rückwärtigen Verkehrsraum und kann damit vor Gefahren im toten Winkel, beim Spurwechsel oder beim Rückwärtsausparken warnen. Damit ist er ein wertvoller Beifahrer und unterstützt den Fahrer in einem zunehmend komplexer werdenden Verkehrsumfeld. Zudem kann er im Fall eines sich zu schnell von hinten nähernden Fahrzeugs die passiven Sicherheitssysteme in Alarmbereitschaft versetzen. Sollte es zu einem Aufprall kommen, könnten Sicherheitsgut, Airbag und Co. dann noch schneller reagieren.

Globale Präsenz und attraktives Produktportfolio schaffen Grundlage für starkes Wachstum

Der Segmentumsatz des Geschäftsbereiches Elektronik lag 2013/2014 bei 2,0 Mrd. Euro. Dies entspricht einem Zuwachs von 11%. Entscheidend für die positive Entwicklung waren Produkte und technologische Konzepte entlang der automobilen Megatrends Energiemanagement, Sicherheit sowie Styling und Komfort. Eine hohe Kundennachfrage führte insbesondere in China, NAFTA und Europa zu starkem Wachstum.

Innovative Produktlösungen für mehr Sicherheit, Effizienz und Komfort beschleunigen Wachstum

Steigende Kraftstoffpreise, strenger werdende Regularien zur Reduktion des CO₂-Ausstoßes sowie ein wachsendes Umweltbewusstsein führen zu einer steigenden Nachfrage nach Produkten, die effizientes Fahren unterstützen. In diesem Umfeld ist HELLA mit zahlreichen Produktlösungen sehr gut aufgestellt. So tragen beispielsweise Vakuumpumpen, die bedarfsorientiert Energie zur Bremskraftunterstützung bereitstellen, deutlich dazu bei, den Kraftstoffverbrauch zu reduzieren. HELLA ist mit mehr als 4,6 Mio. verkauften Pumpen im Geschäftsjahr 2013/2014 weltweiter Marktführer* und hat die Entwicklung einer neuen Generation vorangetrieben, um diese Marktposition weiter auszubauen. Darüber hinaus trägt auch

die elektrische Lenkkraftunterstützung zur Verbrauchsreduktion bei. Dadurch können rund 800 Milliliter Kraftstoff pro 100 Kilometer eingespart werden. Im Bereich des Energiemanagements bietet HELLA sowohl Komponenten wie den intelligenten Batteriesensor als auch umfassende Batteriemanagement-Systeme an. Mit jährlich mehr als 10 Mio. verkauften Batteriesensoren ist HELLA heute zusammen mit den Netzwerkpartnern Weltmarktführer.* Im Berichtszeitraum konnte HELLA einen bedeutenden Auftrag bei einem großen amerikanischen Automobilhersteller gewinnen. Während diese Art der Sensorik den Zustand der Batterie erfasst, übernimmt ein Batteriemanagement-System die gezielte Steuerung vollständ-

* Basierend auf einer im Auftrag von HELLA erstellten Marktstudie für ausgewählte Produktgruppen nach Umsatzvolumen für Pkw und leichte Nutzfahrzeuge.

SEGMENTUMSATZ DES GESCHÄFTSBEREICHES ELEKTRONIK (IN MIO. EURO)



Die Geschäftsjahre 2011/2012 und 2012/2013 wurden angepasst gemäß IFRS 11. Weitere Erläuterungen sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

diger Batterieeinheiten von Plug-in-Hybrid oder Elektrofahrzeugen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr startete HELLA die Serienentwicklung für solche Systeme mit einem asiatischen Fahrzeughersteller und konnte weitere Aufträge mit einem deutschen Premiumkunden gewinnen. Darüber hinaus unterstützt HELLA das Downsizing in Motoren durch elektrische Waste-Gate-Aktuatoren, die im Berichtszeitraum in die Serienproduktion überführt wurden. Diese Motorraumsteller steuern den Turbolader und eignen sich durch die neuartige Kunststoffbauweise auch für den Einsatz bei hohen Temperaturen. Gleichzeitig werden Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen reduziert.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnte ein weiteres 24-GHz-Radarsystem in die Kompaktklasse überführt werden. Hierin zeigt sich die zunehmende Marktdurchdringung in Volumen- und Kleinwagensegmenten mit Fahrerassistenz-Systemen und -Komponenten. Das System, das für einen deutschen Hersteller entwickelt wurde, überwacht den toten Winkel sowie den Querverkehr beim rückwärtigen Ausparken. Darüber hinaus erhielt HELLA einen Plattformauftrag von einem amerikanischen Hersteller für die Ausstattung mit 24-GHz-Radarsensoren und wird zukünftig zusammen mit diesem Kunden weitere Radarentwicklungsprojekte vorantreiben. Diesbezüglich nutzt HELLA auch die enge Verbindung zum Radar-Spezialisten InnoSenT, einem Gemeinschaftsunternehmen, mit dem ebenfalls an der Weiterentwicklung der Radartechnologie gearbeitet wird.

Im Bereich der Karosserieelektronik hat HELLA im Berichtszeitraum einen großen Auftrag für ein passives Fahrzeugzugang- und -startsystem bei einem deutschen Premiumkunden gewonnen. Die zugehörigen Funkschlüssel weisen neben der Funktionalität auch einen hohen Designanspruch auf.

Für mehrere Produktgruppen war die Entscheidung zur Implementierung von Hard- und Softwareplattformen unter Berücksichtigung funktionaler Sicherheitskriterien ein wichtiger Schritt. Geplant ist beispielsweise die Umsetzung der aktuell

höchsten Sicherheitsanforderungsstufe ASIL D bei der elektrischen Lenkkraftunterstützung sowie im Bereich der Karosserieelektronik.

Neuaufstellung der Vorentwicklung für zukünftiges Wachstum

Ein Meilenstein des abgeschlossenen Geschäftsjahres war die Implementierung einer neuen Vorentwicklungsorganisation. Dieser zentrale Forschungs- und Vorentwicklungsbereich befasst sich mit den für HELLA wesentlichen Schwerpunktthemen, welche an automobilen Trends ausgerichtet sind, darunter beispielsweise die Reduktion von CO₂-Emissionen. Durch diesen Schritt werden Innovationskräfte von HELLA im Geschäftsbereich Elektronik zukünftig weiter gestärkt und gebündelt. Der organisatorischen Veränderung folgend, entwickelte HELLA auch die Infrastruktur vor Ort weiter und schuf mit einem neuen Entwicklungsgebäude in Lippstadt/Deutschland für rund 700 Mitarbeiter optimale Voraussetzungen für Forschung und Entwicklung auf höchstem Niveau. Weitere Impulse lieferte ein internationaler, online ausgetragener Ideenwettbewerb, in dessen Rahmen Mitarbeiter konzernweit ihre Ideen zu Geschäftsplänen weiterentwickeln konnten.

Kapazitätsausbau in den Regionen – Lokalisierung von Erfolgsprodukten

Aufgrund der internationalen Kundenstruktur ist HELLA in den relevanten Wachstumsmärkten mit eigener Produktion und Entwicklung präsent. Die Lokalisierung stellt sicher, dass Produkte den marktspezifischen Anforderungen entsprechen und kurze Lieferwege zu den Kunden vor Ort bestehen. In Xiamen/China siedelte HELLA im Geschäftsjahr 2013/2014 die Produktion des Ölsensors und des Regen-Licht-Sensors an. Darüber hinaus startete in Indien die Fertigung eines Zentralsteuergerätes sowie des zugehörigen Funkschlüssels für einen lokalen Kunden. Weiterhin produziert HELLA im wachstumsorientierten brasilianischen Markt am Standort des Elektronikherstellers Emicol Zentralsteuergeräte für den lokalen Bedarf mittels eines Shop-in-Shop-Konzepts.



AFTERMARKET



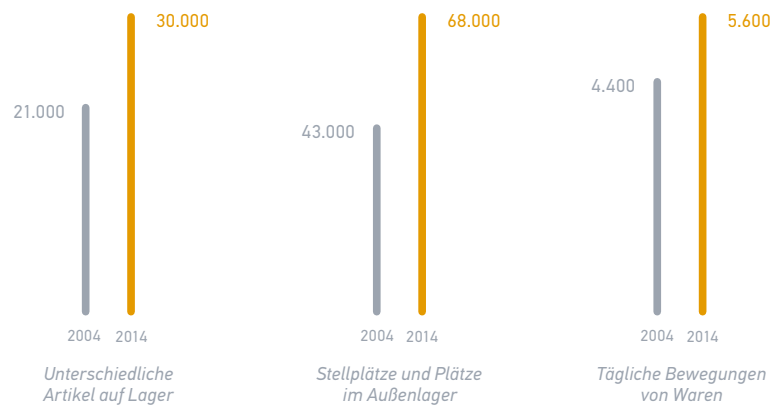
AFTERMARKET IN ZAHLEN

Top 3

HELLA verfügt über eine der europaweit größten Handelsorganisationen für Kfz-Teile und -Zubehör.*

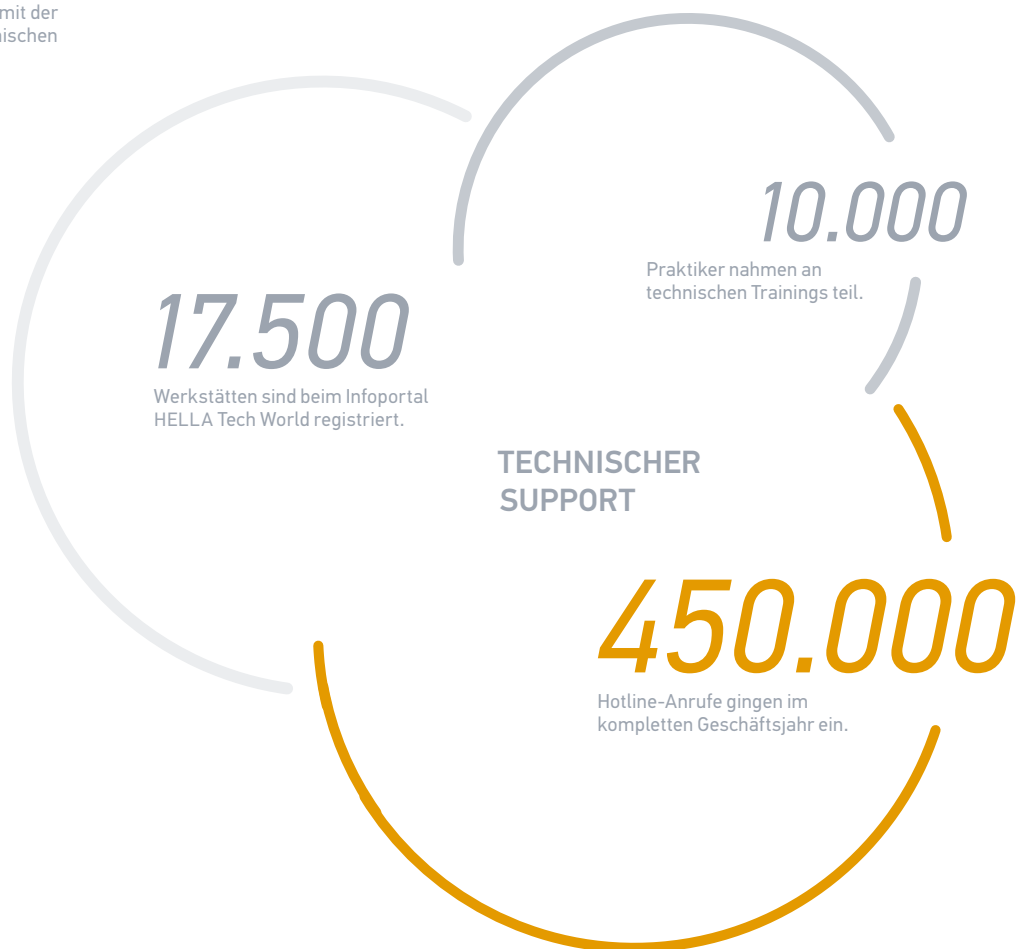


Leistungsstarke Logistik – Kernkompetenz
im HELLA Zentrallager in Erwitte:



> 50 %

Marktanteil hält HELLA mit der Gesellschaft FTZ im dänischen Großhandel.*



Das Produktportfolio im freien Teilemarkt ist stark gewachsen.
Die Sortimente wurden unter anderem durch Joint Ventures erweitert:



Mit mehr als 40.000 Ersatz-, Verschleiß- und Zubehörteilen im freien Teilemarkt, einem starken Großhandel in Nord- und Osteuropa sowie mit hochwertiger Werkstattausrüstung, beispielsweise zur professionellen Fehlerdiagnose in Fahrzeugen, ist HELLA im Geschäftssegment Aftermarket

zukunftsweisend aufgestellt. Ein globales Vertriebsnetz, Service-Konzepte sowie Marketing- und technische Unterstützung runden dieses Angebot ab und schaffen damit Mehrwert für den Kunden.

* Basierend auf einer im Auftrag von HELLA erstellten Marktstudie für ausgewählte Produktgruppen nach Umsatzvolumen.

SIMPLIZITÄT LIEFERN

Polen ist ein wichtiger Markt für HELLA – und eines von vielen guten Beispielen dafür, wie sich das Unternehmen mit partnerschaftlichen Konzepten auf die Zukunft vorbereitet. Vom Gemeinschaftsunternehmen Inter-Team, das HELLA mit einem einheimischen Großhändler betreibt, profitieren beide Partner gleichermaßen.





→ 01



→ 02



→ 03

01 Lernen „direkt am Modell“ in der Akademia Techniczna. **02 Innovative Diagnosegeräte** von Hella Gutmann Solutions unterstützen Werkstätten bei der Fehlersuche. **03 Adam Szweczyk** ist sich sicher, dass sich Inter-Team mit dem Akademie-Konzept deutlich von Wettbewerbern abheben kann.

Mit wenigen Handgriffen bereitet der Ausbilder im karierten Hemd den silbernen Škoda vor. Auf die Hebebühne fahren, Handbremse anziehen, Motorhaube öffnen. Ein Klick, das tragbare Diagnosegerät mega macs von Hella Gutmann Solutions ist angeschlossen. Fragend blickt er den Kollegen an: „Und nun?“ Der junge Mann drückt auf einige Tasten des grün verkleideten Mini-Computers, blickt einmal prüfend in den Motorraum. „Ganz klar, der Partikelfilter ist defekt, wahrscheinlich verstopft. Den müssen wir austauschen.“ Der Trainer nickt. „Richtig, Fehler gefunden.“

Dieser erfolgreich verlaufene Test vermittelt einen Eindruck, wie in der Akademia Techniczna gearbeitet wird. Direkt am Modell, mit Tempo und Gewissenhaftigkeit – und vor allem in hoher Qualität. 20 Minuten außerhalb der Innenstadt von Warschau bildet das polnische Großhandelsunternehmen Inter-Team erfahrene Werkstattmitarbeiter im Umgang mit neuesten Werkzeugen und Diagnosegeräten aus. Die Teilnehmer können, wenn sie mit ihren unabhängigen Werkstätten bestimmte Voraussetzungen erfüllen, Teil des OK-Serwis-Netztes werden. Inter-Team kooperiert darin seit 1998 mit ausgesuchten Betrieben.

Für die Kfz-Branche in Polen ist diese Form der Weiterbildung neu, und HELLA ist daran in vielerlei Hinsicht beteiligt. Zunächst die Fakten: Das Lippstädter Unternehmen ist im Jahr 2011 über seine Tochter Nordic Forum, in dem Großhandelsgesellschaften in Irland, Norwegen und Dänemark zusammengeschlossen sind, mit einer Beteiligung von 50 % bei Inter-Team eingestiegen. Der Grund dafür waren handfeste strategische Vorteile. „Die Wachstumsoptionen im klassischen Teilegeschäft sind begrenzt. Wir haben uns auf wichtigen Märkten in Europa daher für die Vorwärtsintegration entschieden“, erklärt Sven Krüger, der für den Großhandel, Werkstattprodukte und den E-Commerce bei HELLA verantwortlich ist. Die Beteiligung an oder Übernahme von Großhändlern biete gute Wachstumschancen, führt er weiter aus. „Der Markt konsolidiert sich, die Großhandelsunternehmen werden immer größer – und ihre Verhandlungsmacht steigt. Inter-Team engagierte sich zuvor eher regional. Wir wollten mit dem Unternehmen wachsen und es zu einem Marktführer in Polen machen“, sagt Krüger.

Gemeinsam lernen und profitieren

Vorteile für beide Seiten sieht auch Adam Szewczyk, Gründer und Geschäftsführer von Inter-Team. „Von der engen Kooperation mit HELLA profitieren wir als Großhändler“, sagt der gelernte Kfz-Mechaniker, der darüber hinaus ein Studium in Kraftfahrzeugtechnik abschloss. Der 64-Jährige spricht ruhig weiter. „Wir lernen eine Menge für unser Geschäft, HELLA erhält einen besseren Marktzugang in Polen und ist zugleich an unserem Wachstum beteiligt.“ Szewczyk hat seine Entscheidung für die Partnerschaft nicht übereilt getroffen. Dafür hat er zu viel Erfahrung und Know-how in der Branche. Als junger Mann stieg er in die Autowerkstatt seines Vaters ein und gründete 1972 seinen eigenen Service- und Handelsbetrieb. Schon damals – und damit lange vor der politischen Wende im Jahr 1989 – besuchte er Schrottplätze in Deutschland, um verwertbare Teile von Westautos zu kaufen und in Polen als Ersatzteile zu nutzen. Seit 25 Jahren führt Adam Szewczyk das Unternehmen mit über 1.000 Mitarbeitern. Mit 59 Niederlassungen in Polen setzte Inter-Team zuletzt rund 130 Mio. Euro um und arbeitet mit allen wichtigen Teileherstellern zusammen. Hinzu kommen die eigenen Handelsmarken Sakura und Kraft Automotive, die das Unternehmen exklusiv vertreibt.

Warum Szewczyk trotz des großen Erfolgs die Hälfte seiner Firmenanteile abgegeben hat, erklärt er sehr einleuchtend. „Wir wollten wachsen und dafür brauchten wir

»Von der engen Kooperation mit HELLA profitieren beide Seiten. Wir lernen eine Menge für unser Geschäft, HELLA hat einen besseren Marktzugang in Polen und ist zugleich an unserem Wachstum beteiligt.«

ADAM SZEWCZYK, GRÜNDER UND GESCHÄFTSFÜHRER VON INTER-TEAM.

Kapital. Außerdem haben uns die möglichen Synergien überzeugt, die uns das Nordic Forum und HELLA bieten“, sagt der Unternehmer. Das Wachstum ist auch an Zahlen abzulesen: Allein in den drei Jahren seit dem Zusammenschluss eröffnete Inter-Team 36 neue Niederlassungen und gehört nun zu den führenden Großhandelsunternehmen im freien polnischen Ersatzteilehandel.

Wachstum mit umfassendem Serviceangebot

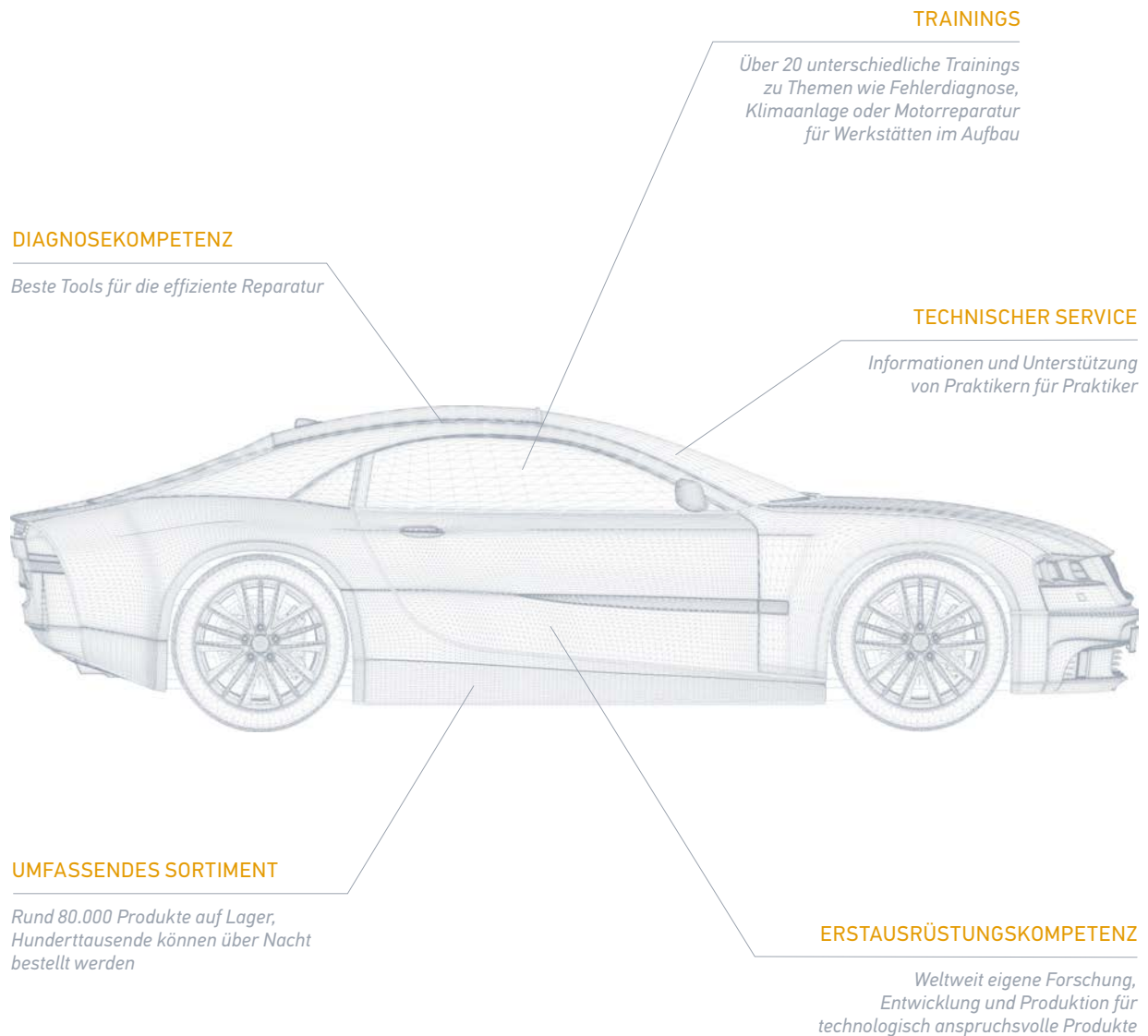
Andere Effekte der Zusammenarbeit werden sich eher langfristig zeigen. Neben den besseren Vertriebsmöglichkeiten und den nicht minder guten Skaleneffekten beim Einkauf bringt zum Beispiel die Akademie für die Kfz-Betriebe große Vorteile. „Gemeinsam mit HELLA haben wir geschaut, welche Konzepte wir auf Polen übertragen konnten“, sagt Adam Szewczyk. Die Lehrwerkstatt ist nach dem Vorbild des dänischen Autoteilehändlers und Werkstättenbetreibers FTZ entwickelt worden, der ebenfalls zum Nordic Forum gehört. „Die Kollegen im Nordic Forum und wir haben viel Zeit investiert, um diesen Best-Practice-Transfer möglichst perfekt umzusetzen“, erklärt der Geschäftsführer. Szewczyk antwortet bescheiden, hat aber gleichzeitig große Pläne. „Die Adaption hat gut funktioniert. Und wir können uns auf diese Weise von den Wettbewerbern deutlich abheben.“ Rund 20 unterschiedliche Trainings werden gerade aufgebaut, beispielsweise zu Themen wie Klimaanlagen, Fehlerdiagnose oder Motorreparatur. 30 Trainingstage sollen es noch 2014 werden, an denen jeweils bis zu einem Dutzend Kfz-Mechaniker weitergebildet werden. In Dänemark – um das Potenzial einordnen zu können – sind es pro Jahr 4.500 Mechaniker, die durch die Akademie gehen.

Der Weg zu einem breiten Werkstattnetz ist mit Herausforderungen verbunden. Denen begegnet Szewczyk mit Angeboten wie der Akademia Techniczna, um die Bindung zu den Werkstätten zu erhöhen. Heute kooperiert Inter-Team im Rahmen des OK-Serwis-Konzepts mit mehr als 300 Betrieben, die in Zukunft auf 500 gesteigert werden sollen. „Wir setzen bei allen Wachstumschancen aber auf Qualität statt Quantität“, sagt Adam Szewczyk. Zur Qualifikation gehört zum Beispiel der Umgang mit Diagnosegeräten von Hella Gutmann Solutions. Ein Impuls für die Werkstätten, die Hightech-Computer zu kaufen, was auch das Geschäft von HELLA mit Fahrzeugsatzteilen ankurbeln wird.

Auch der Teilemarkt in Polen ist in ständiger Bewegung und deutlich fragmentierter als beispielsweise der deutsche. Von den rund 20.000 Kfz-Betrieben, die es in Warschau, Krakau, Stettin und anderen Städten gibt, buhlen über 90 % als freie Werkstätten um die Kunden. Inter-Team beliefert die über das ganze Land verteilten Niederlassungen. Keine leichte Aufgabe, wie im Zentrallager in Natolin im Südwesten Warschaws zu sehen ist. Sämtliche zum Kundennetz gehörenden polnischen Werkstätten werden von hier meist mehrfach täglich angefahren. Rund 80.000 Produkte sind immer vorrätig, Hunderttausende können über Nacht bestellt werden. Die Regalböden im zwölf Meter hohen Gebäude sind über sämtliche vier Etagen ausgelastet, der Warenumsatz wächst von Tag zu Tag. Direkt neben dem Haupteingang des Gebäudes, das fast 6.300 Quadratmeter Grundfläche bietet, werden einige Teilegruppen sogar schon in angemieteten Zelten gelagert. „Wir können hier ablesen, wie gut unser Geschäft läuft“, sagt Adam Szewczyk, der stolz auf das gut funktionierende System ist, mit dem Inter-Team arbeitet. Und ein Ende des Wachstums ist nicht in Sicht. Das Unternehmen baut aus, wie Szewczyk erzählt. „Wir werden bis 2015 unsere Fläche im Lager um 4.200 Quadratmeter vergrößern und wollen zudem unsere Niederlassungen auf 100 steigern. Damit werden wir auch auf die Herausforderungen der Zukunft bestens vorbereitet sein.“

12

Niederlassungen hat Inter-Team in den vergangenen Jahren im Schnitt jährlich eröffnet.



UMFASSENDE KOMPETENZ von Werkstattkonzepten, über eine starke und zuverlässige Logistik bis hin zu Diagnosegeräten und zahlreichen Schulungen. Unter dem Dach des Nordic Forums bietet HELLA den einzelnen Großhandelspartnern vielfältige Unterstützung, um so optimale Marktpositionen zu erreichen.

Sortimentserweiterung und Synergien prägen das Geschäft im Aftermarket

Der Segmentumsatz im Geschäftssegment Aftermarket wuchs im Geschäftsjahr 2013/2014 leicht um 1 % auf 1,1 Mrd. Euro. Die positive Entwicklung wurde von allen Bereichen des Aftermarket-Segments getragen, besonders jedoch vom Wachstum des Großhandels in Polen und Dänemark sowie der Werkstattausrüstung mit technologisch anspruchsvollen Diagnosegeräten. Darüber hinaus trug die Einführung des Produktbereichs Bremse zum Ausbau der Marktposition in verschiedenen europäischen und asiatischen Märkten bei.

Produkterweiterungen für den freien Teilemarkt

Das HELLA Produktportfolio im freien Teilemarkt wuchs im abgelaufenen Geschäftsjahr von rund 33.000 auf mehr als 40.000 Ersatz-, Verschleiß- und Zubehörteile. Grund hierfür war insbesondere die Integration eines umfassenden Sortiments an Bremsprodukten der Marke Hella Pagid Brake Systems. Ziel ist es, das Joint Venture Hella Pagid, das im Mai 2013 seine Geschäftstätigkeit aufnahm, als Komplettanbieter für Bremsen im Markt zu etablieren. Daneben hat auch das auf den Vertrieb von Kühlungs- und Klimaersatzteilen spezialisierte Joint Venture Behr Hella Service sein Produktprogramm erweitert und zusätzliche Alternativprodukte in das Sortiment aufgenommen, die parallel zum Originalteil für bestimmte, meist ältere Fahrzeuge angeboten werden. Diese Alternativserie

ist eine Antwort auf die steigende Nachfrage nach kostengünstigen Ersatzteilen für die zeitwertgerechte Fahrzeuginstandsetzung.

Stärkung der Leistungsfähigkeit des globalen Vertriebsnetzwerks

Das globale Vertriebsnetzwerk von HELLA umfasst aktuell Niederlassungen in 30 Ländern und wird auch zukünftig weiter ausgebaut. Vor dem Hintergrund der damit steigenden Komplexität hat HELLA mit der Vereinheitlichung von Prozessen in den internationalen Gesellschaften begonnen. Das Pilotprojekt und die Testphase wurden im Berichtszeitraum abgeschlossen, sodass HELLA aktuell an der Implemen-

SEGMENTUMSATZ AFTERMARKET (IN MIO. EURO)



Die Geschäftsjahre 2011/2012 und 2012/2013 wurden angepasst gemäß IFRS 11. Weitere Erläuterungen sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

tierung der standardisierten Prozesse in allen Ländergesellschaften arbeitet. Einheitliche Strukturen und Abläufe sowie Steuerungskennzahlen stellen hierbei weitere Potenziale für Prozessverbesserungen dar.

Großhandel auf Wachstumskurs

Das HELLA Großhandelsgeschäft entwickelte sich im Berichtszeitraum in den Kernmärkten Dänemark und Polen sehr erfolgreich. Über ein ständig wachsendes Filial- und Partnernetzwerk vertreibt HELLA dort ein umfangreiches Produktsortiment direkt an Werkstätten. So ist der HELLA Konzern mit seinem Großhandelsgeschäft im freien Teilemarkt in Dänemark Marktführer und gehört in Polen und Norwegen zu den Top-3-Anbietern im Markt.* Daneben weitete HELLA das Geschäft in Irland durch den Umbau der dortigen Handelsgesellschaft zu einem reinen Großhandel aus. Die Gründung neuer Filialen soll dieses Geschäft in Zukunft deutlich weiterentwickeln. Zudem werden unter dem Dach des Nordic Forums Konzepte gemeinsam genutzt und Backoffice-Aktivitäten, wie beispielsweise Administration, Einkauf oder IT, optimiert, um durch Synergieeffekte die Markt- und Wettbewerbsposition der einzelnen Gesellschaften weiter zu stärken.

Internationalisierung des Werkstattgeschäfts

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat Hella Gutmann Solutions die Gesamtverantwortung für alle technischen Services sowie für das Portfolio der Werkstattausrüstung innerhalb des HELLA Konzerns übernommen. Ziel ist es, Werkstattprodukte anzubieten, die sich durch hohe Qualität, nutzerorientierte Funktionalität sowie technologisch innovative Produkte auszeichnen und dem Kunden somit deutlichen Mehrwert bieten. Computerbasierte Diagnoselösungen, ein neues digitales Scheinwerfereinstellgerät oder ein Kamerakalibrierungssystem für Fahrerassistenz-Systeme sind dafür nur einige Beispiele. Da die Fehlerdiagnose in diesem Umfeld ein zentraler Bestandteil der täglichen Arbeit in der Werkstatt ist, bietet Hella Gutmann Solutions kompetente Diagnoselösungen in Kombination mit technischem Service wie Trainings und Hotline-Unterstützung. Wichtige Säulen für das weitere Wachstum bilden die kontinuierliche Pflege der existierenden Kundenbeziehungen sowie die internationale Expansion durch das gesamte Aftermarket-Netzwerk.

* Basierend auf einer im Auftrag von HELLA erstellten Marktstudie für ausgewählte Produktgruppen nach Umsatzvolumen.

SPECIAL APPLICATIONS





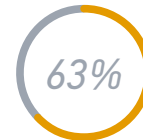
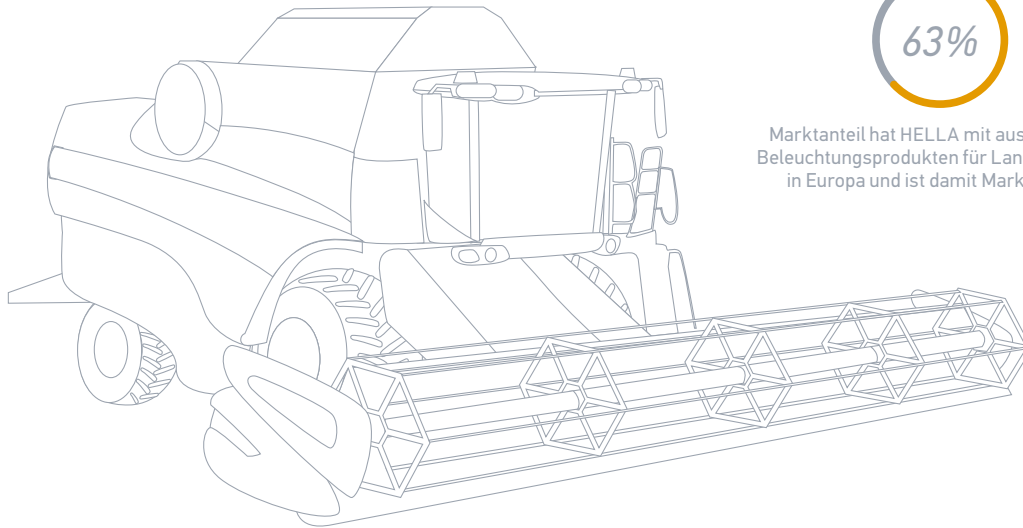
SPECIAL APPLICATIONS IN ZAHLEN

87.135

LED-Module vom Typ Eco Industry Line sind im Geschäftsjahr 2013/2014 verbaut worden. Sie können sowohl in Straßen- als auch in Industriebeleuchtung eingesetzt werden.

54.500

LED-Straßenleuchten von HELLA sind weltweit installiert.



Marktanteil hat HELLA mit ausgewählten Beleuchtungsprodukten für Landmaschinen in Europa und ist damit Marktführer.*

30

Länder rund um den Globus nutzen von HELLA ausgestattete Rettungswagen und Polizeifahrzeuge.

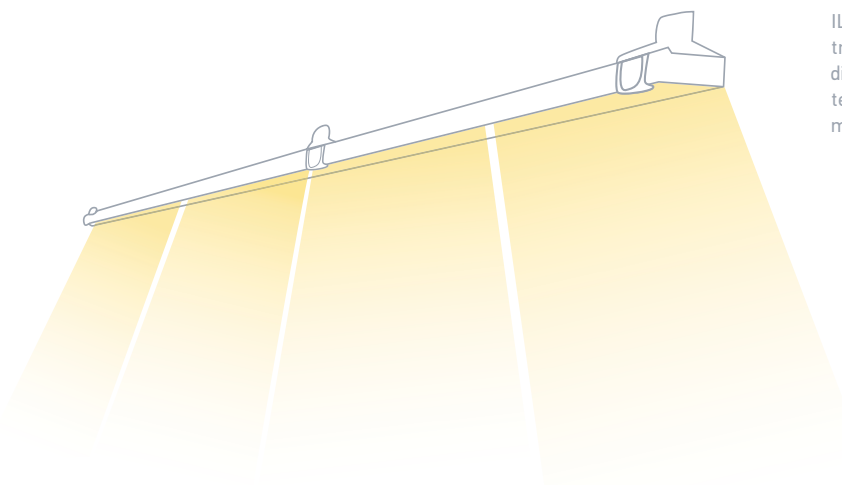
36

Kundenzielgruppen zählt HELLA aktuell im Segment Special Applications, darunter Hersteller von Booten und Rettungswagen, Land- und Baumaschinen sowie Tankstellen, Hotels und Parkhäuser.

~80%

des Beleuchtungsbedarfs eines Freizeitbootes oder einer Yacht deckt HELLA mit innovativen und leistungssparenden LED-Produkten ab.

16.645



IL2Plus-Module hat HELLA für Industriedeckenbeleuchtung verbaut. Mit diesen werden 138.319,95 m² ausgeleuchtet. Das entspricht einer Fläche von mehr als 19 Fußballfeldern.

120

„innovative Städte“ sind allein in Deutschland mit LED-Straßenleuchten von HELLA ausgestattet.

>50%

Marktanteil. HELLA ist mit ausgewählten Lichtprodukten für Hersteller von Baufahrzeugen Marktführer in Europa.*

Auf Basis des ausgeprägten Produkt-, Technologie- und Prozess-Know-hows aus dem automobilen Kerngeschäft entwickelt, produziert und vertreibt HELLA im Segment Special Applications attraktive Anwendungen. Dort werden systematisch Kundenzielgruppen außerhalb der automobilen

Erstausrüstung erschlossen und bearbeitet. Im Fokus stehen insbesondere innovative Lösungsansätze für Hersteller von Spezialfahrzeugen wie Bussen und Caravans sowie für Industriekunden, Kommunen und Flughäfen.

* Basierend auf einer im Auftrag von HELLA erstellten Marktstudie für ausgewählte Produktgruppen nach Umsatzvolumen.

WISSEN TRANSFERIEREN

Produktentwicklung beginnt nicht immer mit einem leeren Blatt. Oft sind erfolgreiche Ideen, die aus anderen Bereichen in ein neues Umfeld übertragen werden, der Schlüssel zu innovativen Produktlösungen. Der Intelligente Batteriesensor von HELLA ist ein Beispiel dafür. In der Automobilindustrie setzt er seit Jahren Maßstäbe. Nun sorgt er auch in Reisemobilen für ein optimales Energiemanagement.





→ 02



→ 01

01 Auf einen Blick erfährt der Caravaner den aktuellen Ladungszustand der Batterie: 78%. **02 Nach einem Batteriewechsel** kann der Sensor auch vom Laien abgenommen und an die neue Batterie angeschlossen werden. **03 Peter Wagner (links)** und Technikexperte Przemyslaw Draus arbeiten bereits an neuen Nutzungsmöglichkeiten des Batteriesensors.

→ 03



Spannung ist gut. Abseits der Zivilisation zum Beispiel, wenn Wissenschaftler mit einem Expeditionsfahrzeug das Nordkap erkunden oder Ruheständler via Reisemobil die Weiten kanadischer Wälder ausloten. Auf solchen Trips muss sich der Fahrer voll und ganz darauf verlassen können, dass die Batterien seines Fahrzeugs ausreichend und beständig Spannung und Strom zur Verfügung stellen. Schließlich liegt der nächstgelegene Campingplatz mit Außenanschluss dann gerne schon mal ein paar Tagesreisen entfernt.

Peter Wagner, der in einer Halle bei Deutschlands größtem Caravan-Händler vor einem Reisemobil steht, hat noch einige andere Beispiele parat. Und das liegt nur zu einem kleinen Teil daran, dass er selbst gerne im Urlaub mit einem solchen Gefährt über Berge und durch Täler kurvt. Viel wichtiger ist die Tatsache, dass der 49-Jährige bei HELLA im Bereich „Special OE“ tätig ist. Dort geht es um die Erstausrüstung von Fahrzeugen wie zum Beispiel Bussen, Behördenfahrzeugen, Baumaschinen und eben: Reisemobilen. Für Letztere ist Peter Wagner Zielgruppenmanager. „Unser Team entwickelt Strategien, wie sich HELLA Produkte, die sich im Pkw- und Lkw-Bereich in der Serie bewährt haben, auf andere Fahrzeuge übertragen lassen“, sagt er.

Vom Pkw zum Reisemobil

Womit wir beim Intelligenten Batteriesensor wären: Vor etwas mehr als zehn Jahren entwickelte HELLA das erste Gerät für Pkw, um den Stromfluss innerhalb der Fahrzeuge stabiler und verlässlicher managen zu können. Seitdem wurden weit über 27 Millionen Sensoren hergestellt. Allein am Hauptproduktionsstandort in Hamm/Deutschland entstehen täglich 12.000 dieser auf den ersten Blick unscheinbar wirkenden Bauteile, ohne die jedoch etwa die weit verbreitete Start-Stopp-Automatik des Motors zu einem unwägbareren Glücksspiel würde.

Für die Anwendung im Pkw ist der HELLA Konzern zusammen mit seinen Netzwerkpartnern Marktführer* im Bereich der 12- und 24-Volt-Batteriesensoren. Dabei beließ es das Unternehmen aber nicht. Seit Jahren beschäftigen sich Zielgruppenmanager wie Peter Wagner, aber auch viele Entwickler, Ingenieure und Vertriebsfachleute damit, innovative Technologien und Prozesse aus dem Automotive-Segment erfolgreich in andere Felder und Bereiche im Segment Special Applications zu transferieren. „Intelligente Batteriesensoren sind unverzichtbare Elemente des Energiemanagements in Caravans und Reisemobilen geworden“, sagt Peter Wagner, macht einige Schritte auf das fünf Tonnen schwere Reisegefährt zu, öffnet eine Klappe und inspiziert den Innenraum. Moderne Reisemobile wie dieses haben nur noch wenig gemein mit den asketisch anmutenden, rein funktionalen Wohnmobilen früherer Tage. Groß, schön, vielseitig, qualitativ hochwertig und komfortabel sind sie geworden. Die Kunden wünschen sich individuelle, auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Ausstattungen. Und sie sind anspruchsvoll. Ob Beleuchtungssysteme, Klima- oder Stereoanlage, HD-TV inklusive elektrisch verstellbarer Satellitenanlage auf dem Dach oder Strom für Smartphones und Laptops: All das, was die Reisenden zu Hause ganz selbstverständlich nutzen, möchten sie auch im Urlaub nicht missen. Und das führt automatisch zu einem höheren Energiebedarf im Fahrzeug.

Messen und mitdenken

Der HELLA Batteriesensor unterstützt den Fahrer darin, die Energievorräte im Blick zu behalten, damit er sie, falls nötig, schonen kann. „Dieses Fahrzeug zum Beispiel hat eine Starter- und zwei Komfort-Batterien. Unser Sensor sitzt direkt auf

12.000

Batteriesensoren produziert
HELLA allein in Hamm/
Deutschland jeden Tag.

* Basierend auf einer im Auftrag von HELLA erstellten Marktstudie für ausgewählte Produktgruppen nach Umsatzvolumen für Pkw und leichte Nutzfahrzeuge.

dem Minuspol der Komfortbatterie“, erklärt der technische Projektleiter Przemyslaw Draus und deutet mit dem Finger in die beschriebene Richtung. „Dort misst er zuverlässig und genau die Kenngrößen ‚Spannung‘, ‚Strom‘ und ‚Temperatur‘ und errechnet daraus den Ladungszustand sowie die Alterung der Batterie. Sofern auch die Starterbatterie überwacht wird, ist der Sensor zudem in der Lage, die voraussichtliche Startfähigkeit des Motors zu errechnen.“ Auf einer kleinen Leiterplatte befindet sich die gesamte Hard- und Software, nicht nur um die Messung, sondern auch die Auswertung der Daten durchzuführen. Dank der Sensoren lässt sich der Lebenszyklus der Batterie deutlich verlängern.

Bei den Sensoren handelt es sich um selbstlernende Systeme. Sie messen nicht nur, sondern setzen mithilfe eines speziellen Software-Algorithmus die gemessenen Werte in Beziehung zueinander. Das erlaubt verlässliche Rückschlüsse, wie sich die Batterie unter Belastung verhalten wird und ob sie möglicherweise in absehbarer Zeit ausfällt. „Das ist sehr wichtig bei Fahrzeugen mit Mehrbatteriesystemen, weil die schlechtere Batterie die bessere immer mit in den Keller zieht“, erläutert Peter Wagner. Die Sensoren warnen vor solchen Ungleichgewichten und ermöglichen es dem Fahrer, eine gleichmäßige Stromversorgung sicherzustellen, etwa indem er die schwächere Batterie rechtzeitig austauscht. Und solche Fälle ereignen sich nicht selten. Keine Batterie gleicht der anderen. Auch solche, die zum Beispiel unter den gleichen Bedingungen produziert wurden und sechs Monate lang der gleichen Belastung ausgesetzt waren, weisen aufgrund physikalischer Vorgänge, die während der Nutzung ablaufen, anschließend zum Teil gravierende Leistungsunterschiede auf, was den Einsatz eines überwachenden Sensors umso sinnvoller macht.

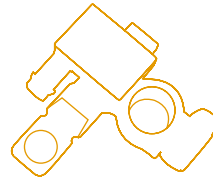
Strom sparen in Florida

Eine Ansicht, die sich laut Peter Wagner auch unter Reisemobilherstellern immer weiter verbreitet – vor allem bei jenen Premiumanbietern, die ihren Kunden das gewisse Etwas bieten möchten und Wert auf neue Technologien und sinnvolle Innovationen legen. Seit 2012 wird der Sensor in rund 3.000 Reisemobilen pro Jahr verbaut – Tendenz steigend. „Es spricht sich herum, dass wir ein technologisches Bonbon zu einem guten Preis anbieten“, sagt er. „Es ist unser Ziel, den Batteriesensor in den kommenden Jahren als Standardprodukt in der Branche zu etablieren.“ Und wenn HELLA in Europa ausreichend gute Erfahrungen gemacht hat, soll das Produkt schrittweise in Australien und den USA angeboten werden. Die Aussichten sind vielversprechend. So genannte Coaches – im Prinzip sind das große dreieckige Reisebusse mit einem Reisemobileinbau – sind etwa in den USA eine beliebte Fahrzeugkategorie, nicht nur für Urlauber. Manch Freiberufler flüchtet damit vor dem Winter in das milde Klima Floridas und lebt und arbeitet einige Monate in dem Fahrzeug. Umso mehr ist er darauf angewiesen, dass seine Batterien nicht schlapp machen.

Derweil arbeiten Przemyslaw Draus, Peter Wagner und deren Kollegen daran, den Sensor zu verfeinern und neue Nutzungsmöglichkeiten auszuloten. „Man könnte die Daten, die der Sensor erhebt, auch als grafische Abbildungen auf einen TV- oder Touchscreen bringen und mit der Steuerung des Kühlschranks oder der Klimaanlage koppeln“, verrät er. So entstünden ganz neue Anwendungen. Der Fahrer könnte zum Beispiel in Abhängigkeit vom Gesundheits- und Ladezustand der Batterie bestimmte weniger wichtige Komfortfunktionen wie Stereoanlage oder TV gezielt abschalten, um so Strom für Klimaanlage oder Warmwasserbereitung zu sparen. „Möglichkeiten gibt es viele“, betont Peter Wagner. „Wir helfen den Reisemobilherstellern, sie zu erkennen und zu nutzen.“

»Intelligente Batteriesensoren sind unverzichtbare Elemente des Energiemanagements in Caravans und Reisemobilen geworden.«

PETER WAGNER, ZIELGRUPPENMANAGER
FÜR REISEMOBILE BEI HELLA



TECHNISCHE DETAILS

Funktion Batteriemangement
Entwicklung Deutschland
Produktion China, Deutschland,
Südkorea, USA
Materialien Kunststoffe, Metall



ER ÜBERWACHT KONTINUIERLICH SPANNUNG, STROM UND TEMPERATUR DER BATTERIE. Der Intelligente Batteriesensor von HELLA misst diese Kenngrößen und ermittelt daraus den Ladungszustand sowie die voraussichtliche Startfähigkeit. Das ist wichtig, denn der steigende Komfort – egal ob im Caravan oder Pkw – bedeutet zusätzliche Stromverbraucher und damit eine echte Belastung für die Batterie. Mithilfe der Informationen des Batteriesensors können unnötige Stromverbraucher frühzeitig erkannt und abgeschaltet werden, bevor die Startfähigkeit des Fahrzeugs an der nächsten Ampel oder nach längeren Standzeiten gefährdet ist.

Wachstumschancen mit LED-Produkten für Spezialfahrzeuge und Industrieanwendungen




Im Segment Special Applications wuchs HELLA im Geschäftsjahr 2013/2014 leicht um 1 % und erzielte einen Segmentumsatz von 346 Mio. Euro. Dabei blieb das Thema LED über alle Zielgruppen hinweg ein wesentlicher Geschäftstreiber. Das Unternehmen etablierte sich mit einem erweiterten Portfolio insbesondere bei Industriekunden, Tankstellen und Kommunen als Anbieter innovativer Produktkonzepte.

Starke Aufstellung der Speziellen Erstausrüstung mit LED-Produkten

HELLA beliefert in der Speziellen Erstausrüstung (SOE) unter anderem Hersteller von Land- und Baumaschinen, Caravans, Bussen, Trailern und Booten. Im Berichtszeitraum konnte HELLA dabei insbesondere im Bereich der Baumaschinen und Busse wachsen. Hervorzuheben ist die hohe Nachfrage nach LED-Produkten, die aktuell rund 20% zum Umsatz des SOE-Geschäfts beitragen. Die LED-Technologie wird insbesondere aufgrund ihrer Robustheit und Langlebigkeit von diesen Kundengruppen geschätzt. HELLA verbindet in den LED-Produkten das langjährige Know-how in Bezug auf Thermomanagement, Ansteuerelektronik, optische Auslegung von

Lichtfunktionen sowie die hohen Qualitätsstandards der Automobilindustrie. Hinzu kommen neue Gestaltungsmöglichkeiten, die ein markentypisches Design von Scheinwerfern und Heckleuchten ermöglichen. Insbesondere Hersteller von Bussen, Caravans und Wohnmobilen sowie Traktoren haben die Bedeutung von Beleuchtung als Markenträger erkannt und wünschen sich zunehmend spezifisch entwickelte Lichtkonzepte, ähnlich wie sie HELLA für Pkw bereits erfolgreich umsetzt. Neben solchen kundenspezifisch realisierten Beleuchtungslösungen verzeichnet HELLA auch ein steigendes Interesse an LED-Standardmodulen für den Front- und Heckbereich.

SEGMENTUMSATZ SPECIAL APPLICATIONS (IN MIO. EURO)

2011/2012		323
2012/2013		344
2013/2014		346

Die Geschäftsjahre 2011/2012 und 2012/2013 wurden angepasst gemäß IFRS 11. Weitere Erläuterungen sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

So hat sich die Zahl der abgesetzten LED-Modulscheinwerfer im Berichtszeitraum verdreifacht. Über entsprechende Entwicklungs- und Produktionsressourcen verfügt HELLA an mehreren Standorten weltweit.

Im Bereich der Elektrofahrzeuge profitierte HELLA vom globalen Erfolg eines führenden US-amerikanischen Herstellers. HELLA bietet in der Speziellen Erstausrüstung neben innovativen Lichtlösungen auch Fahrzeugelektronik, die beispielsweise ein effizientes Energiemanagement unterstützt oder den Energieverbrauch einzelner Funktionen im Fahrzeug senkt. Zukünftig wird HELLA verstärkt weitere geeignete Produkte aus dem Automotive-Segment im Geschäftsbereich SOE implementieren, um so den Mehrwert für bestehende Kundenzielgruppen zu maximieren. Aktuelle Herausforderungen liegen in der Anpassung der kundenspezifischen Schnittstellen.

Weiterer Ausbau von Produktfamilien und Marktpräsenz führen zu hohem Wachstum im Bereich Industries

Zur Stärkung des Industries-Geschäfts legte HELLA den Fokus im Berichtszeitraum zunehmend auf die stark wachsenden Kompetenzfelder der Straßen-, Industrie- und Innenbeleuchtung sowie Flughafenbefehung. Vor dem Hintergrund der steigenden Nachfrage nach ganzheitlichen Konzepten und wettbewerbsfähigen Produkten zur energieeffizienten Beleuchtung erweiterte HELLA das Sortiment gezielt um neue Leuchten und Module.

Im Bereich der Straßenbeleuchtung stellte HELLA mit dem innovativen Eco Circle-Modul einen effizienten Lösungsansatz zur Umrüstung bestehender, dekorativer Straßenbeleuchtung von konventionellen Leuchtmitteln auf LED-Technologie vor. Darüber hinaus wurde eine neue Generation des etablierten Eco-Moduls mit einem Lichtstrom von 2.500 Lumen im Markt eingeführt. Das Eco-Modul ist das Herzstück der modularen

Eco StreetLine- und IndustryLine-Beleuchtungskonzepte von HELLA. Die Straßenbeleuchtungsfamilie wurde zudem um die Eco CubeLine erweitert, eine neu entwickelte kubische Leuchte mit dekorativem Ansatz.

Auch im Bereich der Tankstellenbeleuchtung hat HELLA das Produktspektrum strategisch ausgeweitet. Eine neu entwickelte Tankstelleneinbauleuchte – ebenfalls auf Basis des Eco-Moduls – entspricht den gängigen Standardabmessungen und ermöglicht so die unkomplizierte Umrüstung konventioneller Leuchten auf modernste LED-Technologie.

Daneben ist auch die Industriebeleuchtung für HELLA ein wichtiges Feld, in dem sich das Unternehmen vor allem bei den Kundenzielgruppen Produktion und Logistik etabliert hat. Im Fokus stand das LED-Lichtbandsystem IL2 Plus als modulare und vielseitig einsetzbare Lösung für die Beleuchtung von Supermärkten, Lager- und Warenhäusern, aber auch von Produktionshallen und Werkstätten. Erweitert wurde das Angebot ebenfalls um eine Feuchtraumleuchte, die auf dem modularen Ansatz der Eco IndustryLine basiert.

Das Produktportfolio mit innovativer LED-Flughafenbefehung hat HELLA ebenfalls weiter vervollständigt. Neben Retrofit-Kits zur Umrüstung von Rollfeld-Leitschildern auf LED-Technologie entwickelte HELLA im Berichtszeitraum auch ein unkompliziert in die Infrastruktur von Flughäfen integrierbares Anflug-Blitzfeuer-System auf LED-Basis. Dieses wurde im skandinavischen Raum bereits erfolgreich eingesetzt. Mit dem umfassenden Sortiment deckt HELLA mittlerweile einen Großteil der gängigen Befehungssituationen an Flughäfen ab. Im Berichtszeitraum gewann HELLA mehrere bedeutende Großprojekte, unter anderem die Ausstattung eines Flughafens im Mittleren Osten mit insgesamt rund 10.000 Leuchten sowie die Bestückung der Start- und Landebahnen von Flughäfen in Nordamerika und Europa.

17%

Das EBIT wuchs im Geschäftsjahr 2013/2014
um 17% auf 341 Mio. Euro.

FINANZBERICHT

INHALT

58	Konzernlagebericht
58	Grundlagen des Konzerns
70	Wirtschaftsbericht
82	Chancen- und Risikobericht
88	Prognosebericht
90	Nachtragsbericht
91	Konzernabschluss (Auszug)
91	Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung
92	Konzern-Bilanz
93	Konzern-Kapitalflussrechnung
94	Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
96	Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens
100	Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers
101	Wesentliche Beteiligungen
104	Glossar
106	Impressum

KONZERNLAGEBERICHT

FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2013/2014

Grundlagen des Konzerns

Geschäftsmodell

Die HELLA KGaA Hueck & Co. gehört zu den Top 50 der internationalen Automobilzulieferer und zu den 100 größten deutschen Industrieunternehmen. Im Geschäftssegment Automotive treibt HELLA automobiler Trends mit innovativen Lösungen der Lichttechnik und Elektronik voran. Darüber hinaus ist HELLA im Geschäftssegment Aftermarket in Europa einer der wichtigsten Partner des Ersatzteilehandels und der freien Werkstätten für Produkte, Diagnose und Dienstleistungen. Die hohe technologische Kompetenz und Innovationsfähigkeit sowie die operative Leistungsfähigkeit wird im Geschäftssegment Special Applications auf industrielle Anwendungen und Spezialfahrzeuge angewandt. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2013/2014 beschäftigte HELLA rund 30.700 Mitarbeiter in über 35 Ländern an mehr als 100 Standorten und erzielte einen Umsatz von 5,3 Mrd. Euro.

HELLA Unternehmensstruktur

Die geschäftlichen Aktivitäten von HELLA sind in die drei Segmente Automotive, Aftermarket und Special Applications gegliedert.

Das Segment Automotive umfasst die HELLA Geschäftsaktivitäten in der Erstausrüstung und dem zugehörigen Original-Ersatzteilgeschäft. In den Bereichen Lichttechnik und Fahrzeugelektronik entwickelt, produziert und vertreibt HELLA weltweit fahrzeugspezifische Lösungen für Automobilhersteller wie auch andere Automobilzulieferer. Weiterhin werden technologische Innovationen entlang der globalen Megatrends entwickelt und zur Marktfähigkeit gebracht.

Im Segment Aftermarket bündelt HELLA den Handel mit Kfz-Teilen und -Zubehör sowie Werkstattausrüstung im freien Ersatzteilmarkt. Über ein globales Vertriebsnetz betreibt das Unternehmen den Kfz-Teilehandel und ist Service-Partner der Großhändler und Werkstätten. Zudem ist das Unternehmen in Nord- und Osteuropa selbst als Großhändler aktiv. Komplettiert werden die Aktivitäten im Aftermarket durch das Angebot hochwertiger Werkstattausrüstung, wie zum Beispiel von professionellen Diagnosegeräten, Fahrzeugdaten und Werkstattgeräten, welche die fachgerechte Reparatur und Wartung in der Werkstatt ermöglichen.

Im Geschäftssegment Special Applications entwickelt, fertigt und vertreibt HELLA zum einen lichttechnische und elektronische Produkte für Spezialfahrzeuge wie Bau- und Landmaschinen, Busse oder Wohnmobile (Spezielle Erstausrüstung) und zum anderen gänzlich fahrzeugunabhängige, stationäre Anwendungen, wie Straßen- oder Industriebeleuchtung (Industries). Die technologische Kompetenz ist eng an das Automotive-Geschäft geknüpft, sodass das Anwendungsspektrum bei LED- und Elektronikprodukten sinnvoll erweitert und gleichzeitig Synergien realisiert werden können.

Ziele und Strategien

Der HELLA Konzern verfolgt eine Strategie des profitablen und weitestgehend organischen Wachstums, basierend auf einer soliden Finanzpolitik. Erfolgsfaktoren für die profitable Geschäftsentwicklung sind Technologieführerschaft, operative Exzellenz und eine weltweite Präsenz. HELLA verfolgt diese strategische Ausrichtung sowohl auf Konzern-ebene als auch in den drei Geschäftssegmenten Automotive, Aftermarket und Special Applications.

GESCHÄFTSSEGMENTE	Automotive	Licht	<ul style="list-style-type: none"> · Scheinwerfer · Heckleuchten · Kleinleuchten 	<ul style="list-style-type: none"> · Innenleuchten · Lichtelektronik
		Elektronik	<ul style="list-style-type: none"> · Karosserieelektronik · Energiemanagement · Fahrerassistenz-Systeme 	<ul style="list-style-type: none"> · Sensorik · Aktuatorik · Lenkungssysteme
	Aftermarket	Independent Aftermarket	<ul style="list-style-type: none"> · Parts Verschleißteile, Ersatzteile, Zubehör · Tools 	<ul style="list-style-type: none"> · Services Technischer Service, Verkaufsunterstützung
		Großhandel	<ul style="list-style-type: none"> · Vollsortiment Parts, Tools · Werkstattkonzepte Services, Information 	<ul style="list-style-type: none"> · Lokales Filialnetzwerk · Logistik
		Werkstatt-ausrüstung	<ul style="list-style-type: none"> · Fahrzeugdiagnose und Fahrzeugdaten · Klima-Service 	<ul style="list-style-type: none"> · Licht-Service · Batterie-Service · Werkzeuge
	Special Applications	Spezielle Erstausrüstung	<ul style="list-style-type: none"> · Erstausrüstung von Spezialfahrzeugen wie z. B. Bussen, Caravans, Land- und Baumaschinen mit Beleuchtung und Elektronik 	
		Industries	<ul style="list-style-type: none"> · Straßenbeleuchtung · Flughafenbefeuerung 	<ul style="list-style-type: none"> · Innenbeleuchtung · Industriebeleuchtung

In den einzelnen Segmenten verfolgt HELLA differenzierte strategische Ansätze für die einzelnen Geschäftsaktivitäten. Während in der Lichttechnik im Segment Automotive alle relevanten lichttechnischen Produkte für ein Fahrzeug global angeboten werden, verfolgt der Elektronikbereich einen fokussierten Segment-/Produktlinienansatz entlang der HELLA Kernkompetenzen und regionalen bzw. globalen Schwerpunkte. Im Segment Aftermarket ist HELLA mit zielgruppenspezifisch zugeschnittenen Kundenansätzen auf allen relevanten Wertschöpfungsstufen in den Bereichen Ersatzteilhandel, Großhandel und Werkstattausrüstung, insbesondere Diagnose, aktiv. Dabei fokussieren die Aktivitäten auf den strategisch wichtigen Kernmarkt in Europa. Internationales Geschäft in Asien sowie in Nord- und Südamerika ergänzt diesen Ansatz. Im Segment Special Applications werden die technischen Konzepte und Innovationen aus dem Automotive-Segment übernommen und maßgeschneidert auf die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppenmärkte appliziert. Kernmarkt für diese Aktivitäten ist Europa mit zunehmendem Geschäft in Asien sowie Nord- und Südamerika.

Für den Konzern und die Segmente verfolgt HELLA die strategische Zielsetzung der Marktführerschaft, welche je nach Segment, Produktlinie oder Region kurz-, mittel- oder langfristig zu erreichen ist. So verfolgt HELLA im Automotive-Segment das Ziel, marktführende Positionen (Top 1 bis 3) in den jeweiligen wettbewerbsrelevanten Marktsegmenten global oder in bestimmten Regionen einzunehmen. Darüber hinaus strebt HELLA auch in den Segmenten Aftermarket und Special Applications eine marktführende Rolle in den jeweils relevanten Zielgruppenmärkten sowie Absatzregionen an.

Eine grundsätzliche strategische Stoßrichtung für HELLA und ein globaler Wachstumstreiber für marktgerechte HELLA Technologien und Produktkonzepte ist die Orientierung an wesentlichen Megatrends innerhalb der Automobilindustrie: Umwelt und Energieeffizienz, Sicherheit sowie Styling (LED) und Komfort. Der Wandel von konventionellen Beleuchtungskonzepten zu LED-Anwendungen in der Lichttechnik und die hohe Nachfrage nach Fahrerassistenz-Systemen zur Erhöhung der Sicherheit sowie nach energiesparenden und den CO₂-Ausstoß reduzierenden Technologien eröffnen strategische Wachstumspotenziale, die HELLA durch eine entsprechende Investitions- und Entwicklungsstrategie adressiert.

Auf Konzernebene sind die beiden Segmente Aftermarket und Special Applications für die nachhaltige Stabilität des HELLA Geschäftsmodells von besonderer Bedeutung, da sie einen Ausgleich zum eher zyklischen Automotive-Geschäft darstellen. Während das Aftermarket-Segment zum Automotive-Geschäft eher antizyklisch wirkt – wenn weniger neue Fahrzeuge nachgefragt werden, steigt tendenziell der Reparatur- und Ersatzteilbedarf –, unterliegen die Zielsegmente im Segment Special Applications grundsätzlich anderen Nachfragezyklen. Auf diese Weise ist für den HELLA Konzern eine austarierte und stabile Geschäftsentwicklung, insbesondere unter schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, möglich.

Ergänzend zum HELLA Kerngeschäft wird mit der Netzwerkstrategie ein Kooperationsansatz verfolgt, bei dem Partnerschaften mit anderen Unternehmen im Rahmen von Joint Ventures eingegangen werden. Dies geschieht insbesondere, um Zugang zu komplementären Technologien zu erhalten, neue Märkte oder Kundengruppen zu erschließen sowie Skaleneffekte zu nutzen.

Steuerungssystem und -kennzahlen

Der HELLA Konzern wird organisatorisch über eine mehrdimensionale Matrix gesteuert. Diese umfasst die drei Segmente Automotive, Aftermarket und Special Applications mit Geschäftsbereichen und strategischen Geschäftsfeldern, die Regionen mit Nord- und Südamerika, Asien/China und Europa sowie die Zentralfunktionen. Während die Segmente und Regionen als Profit Center organisiert sind, werden die Zentralfunktionen als Cost Center, unter anderem in Shared Service Centern (HELLA Corporate Center), geführt. Die Segmente verantworten maßgeblich die strategische und operative Geschäftsentwicklung. Die zentralen Funktionen erfüllen eine Governance- und Steuerungsfunktion für den Konzern und die Segmente. Im weltweiten Netzwerk nehmen die deutschen Standorte eine Führungsrolle bei der technologischen Entwicklung und Industrialisierung der internationalen Standorte ein.

Die Konzerngeschäftsführung besteht aus Dr. Jürgen Behrend als persönlich haftendem und geschäftsführendem Gesellschafter und den Geschäftsführern der HELLA Geschäftsführungsgesellschaft mbH unter der Leitung ihres Vorsitzenden Dr. Rolf Breidenbach. In den Segmenten und Geschäftsbereichen bestehen weiterhin Geschäftsleitungen, die die zuständige Geschäftsführung in der operativen und strategischen Führung unterstützen. Grundprinzip für die Führung des Unternehmens auf allen Ebenen ist die unternehmerische Eigenverantwortung. Bei wichtigen Geschäften bedarf die Konzerngeschäftsführung der Zustimmung des Gesellschafterausschusses der HELLA KGaA Hueck & Co., der dadurch wesentliche Richtlinien der Unternehmensentwicklung mitbestimmt. Als zentrales Vertretungsorgan der Anteilseigner ist der Gesellschafterausschuss laufend mit der Beratung und Kontrolle der Konzerngeschäftsfüh-

rung befasst. Außerdem hat er Personalkompetenz für die Geschäftsführer der HELLA Geschäftsführungsgesellschaft mbH. Überwachungsaufgaben werden daneben auch vom Aufsichtsrat wahrgenommen, der vor allem mit der Prüfung und Billigung des Jahres- und Konzernabschlusses befasst ist. Bestimmte Aufgaben in diesem Zusammenhang sind auf den vom Aufsichtsrat eingesetzten Prüfungsausschuss delegiert, der insbesondere die Finanzberichte und die Funktionsfähigkeit des internen Kontrollsystems sowie des Risiko- und Compliance-Management-Systems prüft.

Wesentliche interne Steuerungsinstrumente für das Unternehmen sind die strategische Planung und die operative Budgetplanung. Monatlich findet eine ausführliche Ergebnisbesprechung mit Bezug zum Budget und zur Vorjahresentwicklung in der Gesamtgeschäftsführung und den Geschäftsleitungen statt, der Gesellschafterausschuss wird hierüber informiert. Des Weiteren werden Quartals- und Halbjahresabschlüsse erstellt.

Finanzielle Leistungsindikatoren

Zur Führung und Steuerung des Unternehmens sind wesentliche finanzielle Kennzahlen maßgeblich. Für den Konzern sind dies das Umsatzwachstum, das operative Ergebnis (EBIT) bzw. die operative Ergebnis-Marge (EBIT-Marge) sowie der Operative Free Cashflow. Die Steuerungskennzahl Operativer Free Cashflow ist definiert als Netto-Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit abzüglich der Auszahlungen für die Beschaffung von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten, saldiert mit den Einzahlungen aus dem Verkauf solcher Vermögenswerte, bereinigt um wesentliche einmalige Sondereffekte, die nicht dem operativen Geschäft zuzuordnen sind, wie zum Beispiel Strukturaufwendungen. Zusätzlich gelten die Kriterien für ein Investmentgrade-Rating

der Agentur Moody's als relevante Messgrößen für die finanzielle Stabilität des Unternehmens. Für die Segmente und Geschäftsbereiche sind Umsatzwachstum und operatives Ergebnis (EBIT) bzw. operative Ergebnis-Marge (EBIT-Marge) maßgeblich. Die Zielwerte für den Konzern orientieren sich an mehreren Vergleichsindikatoren, beispielsweise der Markt- und Wettbewerbsentwicklung, internen Leistungsansprüchen und der Ressourcenallokation. Für die Umsatzentwicklung wird ein überdurchschnittliches Wachstum zum vergleichbaren Industriesektor oder Marktsegment angestrebt. Die operative Ergebnis-Marge (EBIT-Marge) soll ein Niveau erreichen, das im relevanten Wettbewerbsumfeld überdurchschnittlich ist. Der Operative Free Cashflow sollte im Zeitablauf ausreichend positiv sein, um das Wachstum von innen finanzieren zu können und Dividenden an die Gesellschafter zu gewährleisten. Für die Finanzpolitik ist ein Investmentgrade-Rating (Baa) die klare Zielgröße, da sich in der externen Ratingeinschätzung sowohl eine über den Zyklus reichende Stabilität der Finanzsituation für das Unternehmen ablesen lässt, als auch der Zugang zum Kapitalmarkt auf diese Weise erleichtert wird. Basierend auf der Moody's Methodologie gilt die Messgröße Nettoverschuldung/EBITDA als relevanter Maßstab für den Verschuldungsgrad. Mit einem grundsätzlichen bilanziellen Zielwert (ohne Anpassungen) von <1 wird eine solide Finanzstruktur gewährleistet.

Im Sinne einer ausgewogenen und im Krisenfall belastbaren Finanzierungsstrategie ist eine geeignete Streuung von Finanzinstrumenten als Zielsetzung intendiert. Hierbei spielen Kreditfinanzierungen mit einem Kernbankenkreis, im Wesentlichen als syndizierter Kredit, Kapitalmarktinstrumente, beispielsweise Schuldscheine und Anleihen, sowie weitere Vehikel, beispielsweise Förderfinanzierungen

oder Factoring, eine Rolle. Weiterhin ist ein langfristiges und diversifiziertes Maturitätenprofil der einzelnen Instrumente für das Unternehmen eine wichtige Zielsetzung, um Klumpenrisiken zu vermeiden und eine ausreichende Unabhängigkeit gegenüber den wichtigen Finanzgebern zu wahren. Wesentliche Zielsetzung für die Finanzpolitik ist darüber hinaus eine ausreichende Liquiditätsposition, vor allem um unabhängig von Entwicklungen an den Finanzmärkten oder kurzfristigen externen Faktoren über den Zyklus der Automobilindustrie hinweg geeignete Investitionen in die Geschäftsentwicklung tätigen zu können. Hierbei wird ein negativer Saldo aus Zinsbelastung und Wiederanlageertrag bewusst akzeptiert, um die unternehmerischen Freiheitsgrade zu erhöhen.

Zur weiteren Optimierung der Effizienz des investierten Kapitals und verbesserten Steuerung hat die Unternehmensleitung entschieden, künftig im HELLA Konzern auch den Return on Invested Capital (RoIC) als strategische Steuerungsgröße zu implementieren und im Management-System entsprechend zu verankern. Die Kennzahl wird als Operativer Ertrag vor Zinsen und nach Steuern (Return) zu dem Investierten Kapital (Invested Capital) definiert. Zur Bestimmung des Returns wird das operative Ergebnis (EBIT) der letzten zwölf Monate auf Ebene der Konzern-einheiten um den jeweiligen länderspezifischen Standard-Ertragsteuersatz vermindert. Das Investierte Kapital ist der Mittelwert aus Eröffnungs- und Schlussbilanzwert der bilanzierten Aktiva ohne Zahlungsmittel und kurzfristige Vermögenswerte abzüglich der bilanzierten Verbindlichkeiten ohne kurz- und langfristige Finanzschulden für die Betrachtungsperiode. Auf Basis der bei HELLA angewandten Berechnungsmethode betrug der Return on Invested Capital im Berichtsjahr 15,6 % (Return: 264 Mio. Euro;

Invested Capital: 1.695 Mio. Euro). Der vergleichbare Vorjahreswert lag bei 15,5 % (Return: 231 Mio. Euro; Invested Capital: 1.493 Mio. Euro).

Nicht finanzielle Leistungsindikatoren

Wesentliche nicht finanzielle Leistungsindikatoren nutzt der HELLA Konzern vor allem im Bereich der Qualität. Langlebigkeit und Ausfallsicherheit bei hohem Nutzerkomfort sind wesentliche Merkmale der HELLA Qualitätsstandards. Die Sicherstellung marktgerechter Standards ist das Ziel des aktiven Qualitätsmanagements, welches kontinuierlich weiterentwickelt wird. Ein wesentlicher Indikator der Qualitätsmessung ist die Fehlerrate, welche als Anzahl festgestellter Fehler nach Auslieferung auf eine Million Teile („parts per million“ – ppm) gemessen wird. Die ppm-Rate lag im abgelaufenen Geschäftsjahr im unteren zweistelligen Bereich, was dem Niveau des Vorjahres entspricht.

Forschung und Entwicklung

Die ausgeprägte Forschungs- und Entwicklungskultur im Unternehmen bildet neben der operativen Leistungsfähigkeit das Fundament der Wettbewerbsfähigkeit von HELLA. HELLA besetzt dabei mit führender Technologie zentrale Megatrends der Automobilindustrie: Umwelt und Energieeffizienz, Sicherheit sowie Styling (LED) und Komfort. Weiterhin unterstützt HELLA Hersteller bei der Umsetzung von Systemen für autonomes Fahren.

Das internationale Netzwerk der in Forschung und Entwicklung Beschäftigten ist im Geschäftsjahr 2013/2014 um 8,6 % auf 5.880 Beschäftigte weltweit gewachsen. Die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung, die sowohl nachhaltige als auch einmalige Effekte für den Aufbau des globalen Netzwerkes beinhalten, lagen mit 514 Mio. Euro bei

9,6 % des Konzernumsatzes und damit deutlich über den Werten der Vorjahre. Hierin manifestieren sich die auf globale Technologieführerschaft und Innovation ausgerichtete Strategie in den relevanten Geschäftsfeldern sowie die strukturellen Aufwendungen im Rahmen der gestarteten Globalisierungsinitiative zur Stärkung des weltweiten HELLA Netzwerks.

Im Geschäftssegment Automotive sichert HELLA die eigene Innovationskraft über eine leistungsfähige Vorentwicklung nachhaltig ab. Der Leitstrategie des Unternehmens folgend, steuert HELLA die weltweite Entwicklung aus Deutschland, wo die globalen Trends und Technologien der Automobilindustrie vorangetrieben werden. Dem gegenüber stehen lokale Entwicklungszentren in den großen Wachstumsregionen, die zum einen eine regional spezifische Produktentwicklung unterstützen, zum anderen aber auch eigenständige Entwicklungen vorantreiben. Auf diese Weise realisiert HELLA einen marktgerechten Zuschnitt von Technologien und Produktkonzepten auf die Kundenbedürfnisse.

In den Geschäftssegmenten Aftermarket und Special Applications profitiert HELLA vor allem von dem Wissenstransfer aus dem Automotive-Segment, um neue Produkte und Dienstleistungen für die entsprechenden Zielgruppen auf Basis vorhandener Grundlagentechnologien und Produktkonzepte maßgeschneidert zu entwickeln und zu applizieren.

Neben den unternehmensinternen Mitarbeitern in Forschung und Entwicklung beauftragt HELLA auch externe Dienstleister mit Entwicklungsaufgaben in den Segmenten Automotive und Special Applications.

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

	2013/2014	+/-	2012/2013	2011/2012
Mitarbeiter F & E	5.880	9%	5.414	4.640
AUFWENDUNGEN IN MID. EURO				
Automotive	478	17%	408	346
Aftermarket und Special Applications	36	1%	35	21
Gesamt	514	16%	444	366
In % vom Umsatz	9,6		9,2	7,9

Die Geschäftsjahre 2011/2012 und 2012/2013 wurden angepasst.
Weitere Erläuterungen sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

Geschäftssegment Automotive

Im Geschäftsjahr 2013/2014 konzentrierten sich die Entwicklungsaktivitäten in der Lichttechnik unter anderem auf Konzepte, die den Einsatz der LED-Technologie in allen Fahrzeugsegmenten ermöglichen. Darüber hinaus wurde die Erprobung und Optimierung der vergleichsweise neuen Lichtquellen OLED und Laser vorangetrieben. Die OLED-Technologie ist insbesondere als Gestaltungsmittel im automobilen Innenraum interessant. Die flächige Lichtquelle bietet völlig neue Designansätze und erlaubt damit eine weitere Individualisierung des Interieurs. Die Serientauglichkeit der OLED – auch unter extremen Bedingungen im Automobil – ist in Langzeitstudien von HELLA belegt worden. In Kooperation mit BMW und LG Chem erstellte HELLA zudem den Prototyp einer Heckleuchte, in der erstmalig unterschiedlich gebogene OLED-Module eingesetzt wurden, die dreidimensionale, homogen leuchtende Strukturen erzeugen. Daneben hat HELLA im Berichtszeitraum zwei weitere Heckleuchten-Prototypen entwickelt, die die Funktion des Nebelschlusslichtes mit einem Laser realisieren.

Neben der eigenen starken Vorentwicklung betreibt HELLA Forschung und Entwicklung im Geschäftsbereich Licht auch über Kooperationen. Zusammen mit der Universität Paderborn unterhält HELLA beispielsweise das Forschungsinstitut L-Lab. Dort werden sowohl Lösungsansätze für aktuelle Fragestellungen der Scheinwerfertechnologie erarbeitet als auch anwendungsorientierte Grundlagenforschung betrieben. Darüber hinaus bringt HELLA das eigene Know-how in Forschungskonsortien mit anderen Unternehmen und Instituten ein, um gemeinsam effiziente und sichere Automobilbeleuchtung der Zukunft zu entwickeln. Im Rahmen des bundesgeförderten Forschungsprojektes VoLiFa 2020 arbei-

tet HELLA zusammen mit anderen Partnern an einem Lichtsystem, das eine intelligente Beleuchtung ermöglicht, die sich stufenlos und nahezu in Echtzeit zielgerichtet an verschiedene Fahrsituationen anpassen kann. Hierdurch können unterschiedlichste Straßenverhältnisse individuell und gezielt ausgeleuchtet und somit Gefahrensituationen noch schneller erkannt werden.

Ein anderes Beispiel ist das im Juni 2014 abgeschlossene Forschungsprojekt eFA 2014, im Rahmen dessen HELLA Beleuchtungsstrategien für elektrisches Fahren entwickelt hat.

In der Elektronik wurden im Geschäftsjahr 2013/2014 verschiedene Meilensteine für die zukünftige Aufstellung und die Marktposition von HELLA erreicht. Die in diesem Zuge neu ausgerichtete Vorentwicklungsstruktur ist im Wesentlichen an automobilen Trends ausgerichtet und verfolgt das Ziel, einerseits die Forschung in den jeweiligen Bereichen gezielt voranzutreiben, andererseits aber auch produktfeldübergreifende Entwicklungen zu fördern. Der organisatorischen Neuaufstellung folgte ebenfalls im Berichtszeitraum die Anpassung der Infrastruktur mit dem Neubau eines Entwicklungszentrums in Lippstadt/Deutschland. Daneben wurde das Entwicklungsnetzwerk auch auf internationaler Ebene ausgebaut. Mit zwei neuen Entwicklungszentren in Guadalajara/Mexiko und Ho-Chi-Minh-City/Vietnam erweiterte HELLA den Footprint in wichtigen Wachstumsregionen.

Zur Ausgestaltung dieser Struktur wurde auch die Initiative zur Ideengenerierung „Driving e-nnovation“ gestartet. Der internationale, online ausgetragene Wettbewerb bot insgesamt rund 3.000 Mitarbeitern die Chance, ihre Ideen zu den

Themen autonomes Fahren und Fahrsicherheit, Benutzerfreundlichkeit, Fahrzeug-Umfeld-Kommunikation und Datenmanagement sowie verbesserte Fahrzeugeffizienz zu Geschäftsmodellen auszuarbeiten. Die 750 Teilnehmer reichten insgesamt über 150 Ideen ein, von denen HELLA aktuell zehn in der Vorentwicklung weiterverfolgt.

Konzeptionell hat HELLA im Geschäftsjahr 2013/2014 unter anderem die Entwicklung eines Sensors vorangetrieben, der den Füllstand sowie die Qualität des Treibstoffs überwacht und dabei komplett ohne bewegliche Teile auskommt. Zudem konnten neue elektrische Waste-Gate-Aktuatoren in die Serie überführt werden. Dank einer neuartigen Kunststoffbauweise eignen sich diese Aktuatoren auch für den Einsatz unter hohen Temperaturen, gleichzeitig werden Kraftstoff und CO₂-Emissionen eingespart.

Im Bereich des Energiemanagements hat HELLA im Berichtszeitraum wichtige Schritte zur Weiterentwicklung vom Komponentenlieferanten für Batteriesensoren hin zum Anbieter kompletter Systeme unternommen. Davon zeugen erste Aufträge für die Entwicklung von Batteriemangement-Systemen. Diese überwachen den Zustand der Batterie und steuern selbige, um beispielsweise ein Überhitzen einzelner Zellen zu verhindern. Zudem entwickelt HELLA aktuell 48-V-DC/DC-Converter und Energie-Speichermodule für die nächste Bordnetz-Generation von Fahrzeugen mit konventionellem Antrieb. Diese aktuellen Entwicklungen unterstützen unter anderem die „Segelfunktion“. Sie schaltet den Motor des Fahrzeugs während der Fahrt ab, sobald der Fahrer vom Gaspedal geht. Das Fahrzeug „segelt“ dann mit abgeschaltetem Motor weiter. Fahrzeuge können hierdurch bis zu 0,5 Liter Kraftstoff je 100 Kilometer einsparen.

Darüber hinaus entwickelte HELLA die 24-GHz-Radartechnologie für Heckanwendungen weiter. Auch die Entscheidung zur Implementierung von Hard- und Softwareplattformen für die elektrische Lenkkraftunterstützung und Karosserieelektronik unter Berücksichtigung von „Functional Safety“-Anforderungen bis ASIL D, der aktuell höchsten Sicherheitsanforderungsstufe, war ein wichtiges Fokusthema.

Geschäftssegment Special Applications

Das Know-how und die Erfahrungen aus der automobilen Erstausrüstung überträgt HELLA gezielt auf die Anwendung im Segment Special Applications. Vor dem Hintergrund der steigenden Nachfrage nach designorientierten Beleuchtungsprodukten für Landwirtschaftsmaschinen sowie Busse und Trailer entwickelt HELLA beispielsweise Traktoren-Frontbeleuchtung mit Lichtleittechnologien. Darüber hinaus wurde im Berichtszeitraum mit der Entwicklung von Voll-LED-Heckleuchten für Nutzfahrzeuge begonnen, die mit dreidimensionalen Strukturen ein einzigartiges Erscheinungsbild bei Tag und Nacht erzeugen. Daneben eignen sich auch zahlreiche Anwendungen aus der Automobilelektronik, nachdem sie entsprechend appliziert wurden, für den Einsatz in Spezialfahrzeugen wie Bussen sowie Landwirtschafts- und Baumaschinen. Nach dem intelligenten Batteriesensor wirkt HELLA aktuell gezielt auf die Umsetzung weiterer Elektronikprodukte für diese Kundengruppen hin.

Im Bereich Industries entwickelt, produziert und vertreibt HELLA vor allem Beleuchtung für Kommunen und Industriekunden. Unter anderem stellte das Unternehmen im Berichtszeitraum neue Produkte vor, die den steigenden Anforderungen nach einer ganzheitlichen Straßenbeleuchtung

gerecht werden. So wurde eine neue Generation des etablierten Eco-Moduls mit einem Lichtstrom von 2.500 Lumen vorgestellt. Das Eco-Modul ist das Herzstück des modularen Eco StreetLine-Straßenbeleuchtungskonzeptes von HELLA. Die Leuchtenfamilie wurde zudem um eine neu entwickelte kubische Leuchte mit dekorativem Ansatz erweitert. Darüber hinaus stellte HELLA mit dem innovativen Eco Circle-Modul einen effizienten Lösungsansatz zur Umrüstung bestehender dekorativer Straßenbeleuchtung von konventionellen Leuchtmitteln auf LED-Technologie vor.

Nachhaltigkeit auf Produkt- und Prozessebene

Der HELLA Konzern arbeitet sowohl auf Prozess- als auch auf Produktebene an einer ständigen Verbesserung des Ressourcenverbrauchs sowie einer Senkung der Abgasemissionen. Der sukzessive Ausbau des HELLA Umweltnetzwerkes sowie dessen kontinuierliche Verbesserung im Berichtszeitraum waren wichtige Schritte in diesem Zusammenhang. Die HELLA Gesellschaft in Auckland/Neuseeland hat ihr Umweltmanagementsystem an den HELLA Standard angeglichen und konnte so erfolgreich in die internationale HELLA Verbundzertifizierung nach ISO 14001 aufgenommen werden. Darüber hinaus wurde die Umsetzung von weltweit standardisierten Umweltprozessen, Managementsystemdokumenten und Kennzahlen weiter fortgeführt. Um auch die neuen Standorte optimal in dieses Netzwerk einzubinden, werden jährlich regionale Workshops in den Wachstumsmärkten, insbesondere in Mexiko und China, durchgeführt. Funktionsübergreifende interne Audits fördern die Vernetzung der Standorte untereinander und unterstützen den „Good-Practice-Transfer“.

Im Rahmen internationaler Workshops zur Energieeffizienz wurde zudem die neue HELLA Norm „Energieeffizienz“ erarbeitet, die Energiestandards und weltweite Good-Practice-Lösungen aufzeigt. In diesem Zusammenhang wurde beschlossen, dass die Standorte auch Energieziele in ihre Umweltprogramme für das Geschäftsjahr 2014/2015 mit aufnehmen, um den Energieverbrauch und die CO₂-Emissionen weiter zu senken und die Energieeffizienz zu verbessern.

Eine Maßnahme zur Erreichung dieser Ziele ist beispielsweise die Ausstattung der Werke mit der hauseigenen energieeffizienten und langlebigen HELLA LED-Beleuchtung. Die modular aufgebauten Straßen- und Industriebeleuchtungskonzepte bieten vielfältige Einsatzmöglichkeiten und wurden bereits an den im Geschäftsjahr neu errichteten Standorten in Irapuato/Mexiko sowie Jiaying/China implementiert.

Darüber hinaus tragen die kontinuierliche Optimierung bestehender sowie die Entwicklung neuer Produkte effektiv dazu bei, den Energieverbrauch und die Emissionen von Fahrzeugen zu senken, um so die ambitionierten Abgasregularien der Europäischen Union zu erreichen. So arbeitet HELLA aktuell intensiv an differenzierten Bordnetzlösungen im Fahrzeug, die emissionsreduzierende Funktionen wie Stopp-Start-Betrieb, Rekuperation, Segeln oder Ankriechen ermöglichen. Zudem sorgt die sukzessive Umstellung konventioneller Beleuchtungsprodukte auf LED-Technologie für deutliche Einsparpotenziale sowohl für Pkw als auch für Nutzfahrzeuge.

Bisher waren die deutschen Werke in Lippstadt die einzigen HELLA Standorte, die dem EU-weiten Handel mit Treibhausgasemissionszertifikaten („CO₂-Zertifikate“) unterliegen. Die zweite Handelsperiode wurde mit einem Überschuss von 30.083 Zertifikaten mit einem Wert von rund 82.000 Euro beendet. Für die dritte Handelsperiode (Zeitraum 2013 bis 2020) konnte das Werk 1 in Lippstadt nach technischen Umbauten der Feuerungsanlage aus dem Zertifikatehandel entlassen werden. Das Werk 2 in Lippstadt hat für diesen Zeitraum einen Zuteilungsbescheid für eine Laufzeit von acht Jahren und eine kostenlose Zuteilung von 95.747 Zertifikaten erhalten. Im Kalenderjahr 2013 wurden in diesem Werk durch die Feuerungsanlage 20.172 Tonnen CO₂ emittiert. Die Abgabe konnte aus dem Kontingent der überschüssigen Zertifikate aus der zweiten Handelsperiode sowie der kostenlosen Zuteilung der dritten Periode beglichen werden. Aufgrund der generellen Kürzung der kostenlosen Zuteilung sowie weiterer Faktoren werden diese Zertifikate zukünftig nicht mehr ausreichen, sondern weitere 35.000 Zertifikate benötigt, welche im Laufe der dritten Handelsperiode ersteigert werden müssen.

Personal

HELLA beschäftigte zum Bilanzstichtag am 31. Mai 2014 weltweit 30.692 Mitarbeiter. Dies entspricht einem Zuwachs von rund 8,4% gegenüber dem Vorjahr. Am deutlichsten war der Personalanstieg in den Regionen Asien sowie Nord- und Südamerika, wo HELLA im Berichtszeitraum 1.639 neue Mitarbeiter einstellte. In Deutschland sank die Mitarbeiterzahl um 4% auf 9.814. Dieser Rückgang wurde insbesondere durch das im Sommer 2013 aufgesetzte freiwillige Alterszeit- und Abfindungsprogramm zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit am Standort Lippstadt/Deutschland beeinflusst. Mit diesem Programm wurde absehbar erfor-

derlichen regionalen Kapazitätsverschiebungen bereits frühzeitig Rechnung getragen. Funktional verzeichnete HELLA den größten Zuwachs im Bereich der Produktion, was auf die Eröffnung mehrerer neuer Werke in China und Mexiko zurückzuführen ist.

Der effiziente Einsatz von Personalressourcen sowie die systematische Vernetzung von Funktionen zur Erzielung von Synergien im Konzern sind für HELLA wesentliche Grundlagen des wirtschaftlichen Erfolgs. So wurde im vergangenen Geschäftsjahr das weltweite Entwicklungsnetzwerk weiter ausgebaut und die Bündelung administrativer Funktionen in den konzerninternen Shared Service Centern (HELLA Corporate Center) weiter forciert, beispielsweise durch Gründung eines neuen Financial Shared Service Center in China. Damit verschob sich der Anteil der außerhalb Deutschlands lokalisierten Entwicklungsmitarbeiter von 47% im Vorjahr auf 52% im Berichtsjahr.

Recruiting

Im Berichtszeitraum hat HELLA die Einstiegs- und Förderprogramme für externe Mitarbeiter weiter professionalisiert. Ein wesentlicher Baustein ist dabei der intensive Kontakt zu führenden Hochschulen nahe den jeweiligen Standorten. Neben einem Stipendienprogramm für Vollzeit-Masteranden verschiedener Fachrichtungen bietet HELLA in Kooperation mit der Universität Paderborn auch einen Maschinenbau-Masterstudiengang mit Fokus auf chinesischer Sprache, Kultur, Wirtschaft und Technik an. In China, an der Fudan University in Shanghai, halten HELLA Experten zudem regelmäßig anwendungsbezogene Vorlesungen. An der Hochschule Hamm-Lippstadt wird außerdem seit dem Wintersemester 2013 der Studiengang Materialdesign mit den Schwerpunkten Bionik und Photonik gelehrt.

MITARBEITER IM HELLA KONZERN (JEWEILS 31. MAI)



Die Geschäftsjahre 2011/2012 und 2012/2013 wurden angepasst.
Weitere Erläuterungen sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

HELLA unterstützt Studierende dieser Fachrichtung nicht nur mit Stipendien, sondern auch über Praktikumsplätze und die Möglichkeit, Abschlussarbeiten im Unternehmen zu schreiben.

Darüber hinaus haben Hochschulabsolventen die Möglichkeit, mittels eines Trainee-Programms in unterschiedlichen Unternehmensbereichen bei HELLA einzusteigen. Seit dem Start 2010 haben 52 Trainees das Programm absolviert, von denen 47 weiterhin im Unternehmen arbeiten. Dieses in Deutschland etablierte 18-monatige Programm wird zukünftig um das HELLA International Graduate Program (HIG) für die übrigen Standorte ergänzt. Das HIG gibt den internationalen HELLA Gesellschaften dank der verkürzten Dauer von nur zwölf Monaten die Möglichkeit, neue Mitarbeiter schnell und effizient in die Prozesse vor Ort einzuarbeiten. Nach der Konzeptionsphase im Berichtszeitraum wird das HIG im Geschäftsjahr 2014/2015 in den wesentlichen HELLA Wachstumsregionen implementiert werden.

Personalentwicklung

Eine wichtige Säule des Unternehmenserfolgs ist die kontinuierliche Qualifizierung von Mitarbeitern über alle Bereiche hinweg. Hierzu gehört auch eine offene Feedbackkultur auf allen Ebenen des Unternehmens. Zur Unterstützung dieses Gedankens startete HELLA bereits im Geschäftsjahr 2012/2013 ein Pilotprojekt für einen 360°-Feedback-Prozess

für Führungskräfte. Dieser wurde im Berichtszeitraum aufgrund der positiven Erfahrungen bis in die dritte Führungsebene implementiert. Mittlerweile haben über 500 Mitarbeiter ein entsprechendes Rundum-Feedback erhalten.

Zur systematischen Qualifizierung von Mitarbeitern weltweit wurden zudem sogenannte Trainingsakademien für unterschiedliche Fachbereiche geschaffen. In diesen Akademien sind Anforderungsprofile für die jeweilige Stelle hinterlegt, die den aktuellen Trainingsbedarf eines Mitarbeiters direkt aufzeigen. Entsprechende Seminare werden je nach inhaltlicher Ausrichtung von externen Referenten oder HELLA Experten durchgeführt. Aufgrund der guten Resonanz auf dieses Programm ist die Zahl der internen Trainer im Berichtszeitraum ausgebaut worden. Zur Sicherstellung des Trainingserfolgs sowie für ein optimales Qualitätsmanagement der Veranstaltung wurden zudem Post-Training-Tests etabliert.

Darüber hinaus wurde im Berichtszeitraum insbesondere die Standardisierung des internationalen Talentmanagement-Prozesses vorangetrieben und damit ein wichtiger Meilenstein auf dem Weg zu mehr Transparenz erreicht. Dies ermöglicht einerseits eine systematische Nachfolgeplanung, andererseits auch die gezielte Entwicklung solcher Mitarbeiter, die als potenzielle Führungskräfte identifiziert worden sind. Im Geschäftsjahr 2013/2014 führte HELLA

MITARBEITER IM HELLA KONZERN NACH REGIONEN

	31. Mai 2014	+/-	Anteil
Deutschland	9.814	-4%	32%
Europa ohne Deutschland	11.079	12%	36%
Nord- und Südamerika	3.980	17%	13%
Asien /Pazifik/RoW	5.819	22%	19%
Stammebelegschaft weltweit	30.692	8%	100%

Das Geschäftsjahr 2012/2013 wurde angepasst.
Weitere Erläuterungen sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

sowohl das international angelegte Top-Führungskräfteprogramm LEAD als auch die regional spezifische LEAD Summer School mit sehr positivem Feedback durch.

Mitarbeiter, die sich neben dem Beruf selbst weiterqualifizieren möchten, unterstützt HELLA ebenfalls. Berufsbegleitende Bachelor- und Masterstudienprogramme fördert das Unternehmen sowohl finanziell als auch mit zusätzlichem Bildungsurlaub und der Möglichkeit, Studien- oder Abschlussarbeiten mit Unternehmensbezug bei HELLA zu schreiben. Mit dem Ziel, Stellenbesetzungen innerhalb des HELLA Netzwerkes und internationale Karrieren zu fördern, begann HELLA im Berichtszeitraum zudem mit der Konzeptionierung eines Expatriate-Portals, auf dem sich Mitarbeiter zukünftig über offene Stellen im Netzwerk informieren, aber auch mit Kollegen über das Leben als Expatriate austauschen können.

Personalbindung

Die langfristige Bindung von Mitarbeitern ist ein wesentliches Ziel des Unternehmens. Maßnahmen, die dies unterstützen, hat HELLA weiter vorangetrieben. So wurde HELLA am Standort Lippstadt 2014 erneut als „Familienfreundliches Unternehmen“ im Kreis Soest zertifiziert. Das Siegel betrachtet verschiedene Faktoren, wie die Möglichkeit der Kinderbetreuung in der Nähe des Arbeitsplatzes, Angebote für Elternzeit oder flexibel gestaltbare

Arbeitszeiten, zum Teil auch unabhängig vom Arbeitsplatz. In den Sommerferien bietet das Unternehmen jetzt auch ein „Kids Camp“ an, im Rahmen dessen Mitarbeiterkinder an verschiedenen Aktivitäten in der Region teilnehmen können, um eine Betreuung der Kinder auch während der Ferien zu gewährleisten.

Mit der Eröffnung des HELLA Sports Centers inklusive eines Fitness Centers mit einem umfassenden Angebot an Sport- und Gesundheitskursen sowie Mannschaftssportarten ermöglicht HELLA den Mitarbeitern am Standort Lippstadt, einen gesunden Ausgleich zwischen Arbeit und Erholung zu finden. Die Mitarbeiter können dieses Angebot vor oder nach der Arbeitszeit nutzen, um aktiv Gesundheitsprävention zu betreiben.

Wirtschaftsbericht

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Das HELLA Geschäftsjahr 2013/2014 (Juni 2013 bis Mai 2014) war geprägt von einer anhaltenden Erholungsphase der internationalen Wirtschaft. Das Kalenderjahr 2013 schloss die Weltwirtschaft nach Angaben des Internationalen Währungsfonds mit einem Plus von rund 3% ab. Diese positive Entwicklung verstetigte sich im ersten Halbjahr 2014, wenn auch mit regionalen Unterschieden. Wachstumsimpulse stammten sowohl aus etablierten Industrieländern, wie den USA und Deutschland, als auch aus den Emerging Markets, wie China, Indien und Brasilien. Dabei entwickelten sich Letztere weiterhin auf einem deutlich höheren Niveau als die fortgeschrittenen Volkswirtschaften, blieben jedoch zumeist unter den starken Wachstumsraten der Vorjahre zurück.

Analog zur Erholung der Weltwirtschaft stabilisierte sich auch die wirtschaftliche Situation in Europa zunehmend. Das vom ifo Institut gemessene Wirtschaftsklima in der Eurozone ist im Berichtszeitraum kontinuierlich gestiegen und befand sich zum Ende des HELLA Geschäftsjahres auf seinem höchsten Stand seit Ende 2007. Trotzdem verschärften sich die wirtschaftlichen Divergenzen zwischen Nord- und Südeuropa weiter. Insbesondere in Griechenland, Italien, Portugal und Spanien sowie zunehmend auch in Frankreich wirkten anhaltend hohe Arbeitslosenquoten, Haushaltsdefizite sowie fehlende Nachfrage weiterhin negativ auf die wirtschaftlichen Aktivitäten. Treiber des wirtschaftlichen Aufschwungs innerhalb der Eurozone war vor allem die deutsche Wirtschaft. Sie profitierte von einer soliden Binnennachfrage, die auf eine gute Lage

am Arbeitsmarkt sowie einen nur moderaten Anstieg der Verbraucherpreise zurückzuführen ist. Positive Konjunkturaussichten sowie steigende Auftragseingänge aus dem Ausland führten zudem auch zu erhöhten Neuinvestitionen deutscher Unternehmen.

In den USA wirkten die Schließung der Regierungsbehörden aufgrund des Haushaltsstreits im Oktober 2013 sowie die sehr kalten Wintermonate Anfang 2014 temporär belastend, allerdings nicht nachhaltig negativ auf das Konsumklima. Die insgesamt positive wirtschaftliche Entwicklung wurde vor allem von einer starken Nachfrage der Privathaushalte sowie sinkenden Arbeitslosenzahlen getragen. Zugleich wirkten die erneute Anhebung der Schuldenobergrenze sowie die behutsame Reduzierung des Anleihekaufprogramms der amerikanischen Zentralbank positiv.

In China lag die Steigerung des Bruttoinlandsproduktes 2013 mit 7,7% noch immer auf einem hohen Niveau und trug weiterhin maßgeblich zum Wachstum der Weltwirtschaft bei. Die konjunkturelle Entwicklung zahlreicher weiterer Emerging Markets, beispielsweise Brasilien, Russland, Indien oder Mexiko, war zwar positiv, blieb jedoch deutlich hinter den Wachstumsraten der Vorjahre zurück.

Aktuelle politische Krisen, wie die Auseinandersetzungen in Teilen der Ukraine, Konflikte zwischen China und seinen Anrainern im Ost- und Südchinesischen Meer sowie die Proteste von Regierungsgegnern in Thailand, wirkten lokal und temporär belastend auf die Konjunktur der jeweiligen Region.

Internationale Automobilkonjunktur

Im Kalenderjahr 2013 wurden nach Angaben des Verbands der Automobilindustrie (VDA) weltweit etwa 72,2 Mio. Pkw verkauft. Damit liegt der Pkw-Absatz nicht nur 6 % über dem Vorjahreswert von 68 Mio. verkauften Einheiten in 2012, sondern auch rund 3 Prozentpunkte über dem erwarteten Zuwachs. Neben der anhaltend starken Entwicklung der beiden größten Fahrzeugmärkte China und USA erholte sich im zweiten Halbjahr 2013 auch der westeuropäische Markt graduell. Hingegen blieb der Absatz insbesondere in Russland, Indien und Brasilien unterhalb der Vorjahreswerte.

Über das Gesamtjahr 2013 blieb der westeuropäische Fahrzeugmarkt noch rund 2 % unter dem Vorjahr zurück. Im zweiten Halbjahr zeichnete sich jedoch eine langsame, aber kontinuierliche Erholung ab: Ab September lag der Absatz jeweils über dem des Vorjahresmonats. Im Dezember 2013 stieg der Pkw-Absatz in Westeuropa dann erstmalig seit knapp vier Jahren wieder zweistellig an. Neben dem einsetzenden Erholungsprozess in Deutschland und Frankreich war auch der Nachfrageanstieg in vielen stark von der Euro-Schuldenkrise betroffenen Ländern, wie Spanien, Irland und Portugal, sowie in kleineren Staaten hierfür maßgebend. Diese Entwicklung setzte sich auch zu Beginn des Jahres 2014 fort. Insbesondere Nachholeffekte für den Ersatz alter Fahrzeuge führten in den ersten fünf Monaten 2014 zu einem Zuwachs von rund 6 %.

Die deutschen Neuzulassungen blieben über das Gesamtjahr 2013 rund 4 % unterhalb des Vorjahres. Seit Dezember entwickelte sich die Nachfrage jedoch positiv und zeigte deutliche Anzeichen einer Stabilisierung. Für die deutsche Fahrzeugproduktion trugen auch das verbesserte Wirtschaftsklima in Westeuropa sowie das anhaltende Wachstum der Fahrzeugmärkte in China und den USA, auf denen

deutsche Hersteller gerade im Premiumbereich eine gute Marktposition innehaben, zu einer positiven Entwicklung bei. In China festigten deutsche Fahrzeughersteller ihre Position im Mai 2014 weiter, indem sie ihren Marktanteil um 2 Prozentpunkte auf nunmehr 23 % steigerten.

Der Absatz von Light Vehicles (Pkw und leichten Nutzfahrzeugen) in den USA wuchs im Kalenderjahr 2013 um 8 % auf über 15,5 Mio. Einheiten. Damit stieg der Absatz seit dem Krisenjahr 2009 um rund 50 % bzw. um 5 Mio. Fahrzeuge. Deutsche Hersteller steigerten den Absatz von Light Vehicles auf dem US-Markt im Gesamtjahr 2013 um 5 % auf rund 1,3 Mio. Einheiten. Zu Beginn des Jahres 2014 wirkten zwei besonders kalte Wintermonate zwar kurzfristig dämpfend, jedoch nicht dauerhaft belastend auf die Nachfrage. Bereits im März konnten die Hersteller wieder von höherer Beschäftigung und dem hohen Konsumentenvertrauen profitieren, sodass der Absatz in den ersten fünf Monaten trotz der schwierigen Situation zu Jahresbeginn den Vorjahreswert bereits um rund 5 % übertraf.

Auf dem großen chinesischen Pkw-Markt mit seiner entscheidenden Bedeutung für die weltweite Automobilproduktion wurden im Gesamtjahr 2013 16,3 Mio. Neufahrzeuge verkauft. Dies bedeutet ein deutliches Plus von 23 % gegenüber dem Vorjahr. Damit wurden in China mehr Fahrzeuge verkauft als in den USA. Auch in den ersten fünf Monaten des Jahres 2014 entwickelte sich die Nachfrage weiterhin sehr dynamisch und lag knapp 15 % über dem Vorjahr. Deutlich weniger Fahrzeuge als im Vorjahr wurden 2013 in Indien (-8 %) zugelassen. Ursächlich dafür waren das schwächere gesamtwirtschaftliche Umfeld sowie gestiegene Kraftstoffpreise. Diese Tendenz setzte sich auch in den ersten Monaten des Jahres 2014 weiter fort. Der japanische

UMSATZERLÖSE HELLA KONZERN (IN MIO. EURO)



Die Geschäftsjahre 2011/2012 und 2012/2013 wurden angepasst.
Weitere Erläuterungen sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

Fahrzeugmarkt konnte 2013 das hohe, durch staatliche Anreize gestärkte Niveau des Vorjahres halten und wuchs in den ersten fünf Monaten 2014 um rund 13 %.

Geschäftsverlauf und Lage des HELLA Konzerns

Der Konzernumsatz stieg im Geschäftsjahr 2013/2014 auf vergleichbarer Basis um 508 Mio. Euro bzw. 11 % auf 5,3 Mrd. Euro. Damit lag der Umsatz vor allem infolge der deutlich stärkeren Nachfrage der internationalen Automobilindustrie oberhalb der Prognose im Vorbericht, in der die HELLA Geschäftsführung von einem Wachstum im mittleren einstelligen Bereich ausgegangen war. Aufgrund der erstmaligen Anwendung des neuen Rechnungslegungsstandards IFRS 11 („Gemeinschaftliche Vereinbarungen“) wurden die Vorjahreswerte entsprechend angepasst. Hierdurch entfiel der Außenumsatz zweier zuvor quotale konsolidierter Unternehmen in Höhe von 164 Mio. Euro. Weitere Erläuterungen sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

Der Wachstumskurs der Vorjahre gewann insgesamt nochmals an Dynamik. Neben der günstigen Marktentwicklung im Automobilgeschäft sorgten auch die Anläufe neuer Projekte im Geschäftssegment Automotive für einen positiven Umsatzschub. So entwickelte sich die Fahrzeugnachfrage vor allem in Europa stärker als erwartet. In den für HELLA bedeutsamen Absatzregionen NAFTA und China setzte sich das hohe Wachstumstempo weiter fort.

Grundlage des Konzernwachstums waren insbesondere die starke Nachfrage nach komplexen LED-Scheinwerfern und Elektronikkomponenten in den Bereichen Energiemanagement und Fahrerassistenz, aber auch die Großhandelsaktivitäten des Geschäftssegments Aftermarket. Positive Auswirkungen hatten auch die starke Präsenz bei deutschen Automotive-Kunden sowie die expandierenden Geschäftsaktivitäten in China sowie Nord- und Südamerika, vor allem in NAFTA.

Gemessen an der regionalen Marktabdeckung nach Endkunden fiel, wie schon in den Vorjahren, der Umsatzanstieg mit einem Zuwachs von 23 % in der gesamten Region Asien/Pazifik/RoW am stärksten aus. Der Anteil der Region am Konzernumsatz stieg von 26 % auf 29 %. Auch für die Zukunft sieht HELLA in China und Indien große Wachstumschancen und investiert weiter in den Aufbau der lokalen Entwicklungs- und Produktionskapazitäten. In der chinesischen Industriestadt Jiaying wurde im Dezember nach rund einjähriger Bauzeit auf einer Fläche von 87.000 Quadratmetern ein neues Werk für Lichtprodukte eröffnet. Auch die chinesischen Elektronikwerke in Shanghai und Xiamen wurden in der jüngsten Vergangenheit erweitert. Das Geschäftssegment Automotive verfügt damit in China über sieben eigene Produktionswerke. Darüber hinaus werden zwei weitere Werke im Rahmen von Joint Ventures betrieben.

ERGEBNIS VOR ZINSEN UND ERTRAGSTEUERN (EBIT; IN MIO. EURO)

2011 / 2012	339
2012 / 2013	291
2013 / 2014	341

Die Geschäftsjahre 2011/2012 und 2012/2013 wurden angepasst.
Weitere Erläuterungen sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

Die Region Nord- und Südamerika hat mit einem Umsatzanstieg von 1 % ebenfalls zum Umsatzwachstum des Konzerns beigetragen. In Mexiko wurde ein neues Lichtwerk in Irapuato eröffnet. Insgesamt verfügt die Region mit den Werken in Mexiko, den USA sowie einer „Shop-in-Shop“-Fertigung in Brasilien nun ebenfalls über acht Produktionsstätten. Der Anteil der Region am Konzernumsatz veränderte sich von 21 % auf 20 %.

Insgesamt betrug der außerhalb Europas erwirtschaftete Umsatzanteil 48 % vom Konzernumsatz. Bezogen auf das Geschäftssegment Automotive lag der außereuropäische Umsatzanteil bei 57 %.

Nach vier Jahren entwickelte sich die Nachfrage in Europa über das Geschäftsjahr hinweg erstmalig positiv und lag damit über den Erwartungen. Dies gilt vor allem für die zuvor schwachen Regionen Süd- und Osteuropa. HELLA konnte von diesem günstigen Marktumfeld deutlich profitieren. Der Umsatz wuchs in der Region um 8 %. Der Anteil am Konzernumsatz betrug 52 %, nach 53 % im Vorjahr.

Insgesamt wuchs das Geschäftssegment Automotive im Geschäftsjahr 2013/2014 mit 13 % deutlich stärker als die Segmente Aftermarket und Special Applications mit jeweils 1 %. Neben der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung ist dies vorrangig das Resultat der in der Vergangenheit initiierten Globalisierungsinitiative. Durch hohe Investitionen in Entwicklungs- und Produktionskapazitäten sowie -kompetenzen wurden die allgemeine Wettbewerbsfähigkeit und die Attraktivität des Produktportfolios zunehmend gestärkt. Diese Initiative hat auch zu zusätzlichen Auftragsakquisen geführt, die nun nachhaltig die Umsatzentwicklung des Konzerns stützen.

Das Geschäftssegment Aftermarket baute vor allem seine Position im Großhandel in Nord- und Osteuropa weiter aus. Daneben entwickelte sich auch das attraktive Produktportfolio für Werkstattprodukte positiv. Mit einem Zuwachs von 1 % legte das Aftermarket-Geschäft zwar deutlich weniger zu als das Segment Automotive, konnte aber strategisch beispielsweise in der Aufstellung der europäischen Vertriebsgesellschaften, dem Diagnosegeschäft sowie der Steuerung des Großhandelsgeschäfts deutlich weiterentwickelt werden.

Im Segment Special Applications, welches das Geschäft mit neuen LED-Lösungen sowohl im Bereich der Speziellen Erstausrüstung als auch bei den fahrzeugunabhängigen Produkten, wie zum Beispiel der Straßen- oder Industriebeleuchtung, beinhaltet, stieg das Umsatzvolumen gegenüber dem Vorjahr leicht um 1 %.

Ertragslage

Das um einmalige Sonderaufwendungen für Restrukturierungsmaßnahmen bereinigte Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr deutlich um 35 % auf 393 Mio. Euro. Dies ist das bislang höchste operative Ergebnis des HELLA Konzerns. Im Wesentlichen haben Skaleneffekte aus dem erhöhten Geschäftsvolumen, ein vorteilhafter Produktmix sowie die Erhöhung der operativen Leistungsfähigkeit aus Produktivitätsgewinnen, die Verbesserung der Materialquote und die Optimierungen des globalen Footprints zu der deutlichen Erhöhung der Ertragskraft des Konzerns geführt. Die bereinigte EBIT-Marge als Verhältnis des bereinigten EBIT zu den Umsatzerlösen stieg um 1,4 Prozentpunkte auf 7,4 %, nach 6,0 % im Vorjahr. In der Prognose für das Ergebnis (EBIT) war die Unternehmensleitung trotz des anvisierten

REGIONALE MARKTABDECKUNG NACH ENDKUNDEN – HELLA KONZERN

	GJ 2013/2014		GJ 2012/2013		GJ 2011/2012	
	Absolut (in Mio. Euro)	Relativ	Absolut (in Mio. Euro)	Relativ	Absolut (in Mio. Euro)	Relativ
Deutschland	783	15 %	670	14 %	780	17 %
Europa ohne Deutschland	1.983	37 %	1.887	39 %	1.933	42 %
Nord- und Südamerika	1.047	20 %	1.033	21 %	858	19 %
Asien/Pazifik/RoW	1.531	29 %	1.246	26 %	1.065	23 %
Konzernumsatz	5.343	100 %	4.835	100 %	4.637	100 %

Die Geschäftsjahre 2011/2012 und 2012/2013 wurden angepasst.
Weitere Erläuterungen sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

Umsatzwachstums aufgrund erhöhter Aufwendungen für strukturelle Verbesserungen und Investitionen in den Ausbau der globalen Kapazitäten für Entwicklung und Produktion sowie Belastungen aus dem freiwilligen Altersteilzeit- und Abfindungsprogramm von einem leicht rückläufigen Ergebnis ausgegangen. Zusätzliche Margenverbesserungen durch operative Stellhebel sowie eine deutlich stärkere internationale Nachfrage nach dem HELLA Produktportfolio haben jedoch eine Stärkung der Ertragslage ermöglicht.

Im Zusammenhang mit einem im Verlauf des Geschäftsjahres initiierten und im Januar abgeschlossenen freiwilligen Altersteilzeit- und Abfindungsprogramm am Standort Lippstadt/Deutschland sind einmalige Aufwendungen, überwiegend in Form von Rückstellungen, in Höhe von 52 Mio. Euro entstanden. Diese wurden aufgrund ihres übergreifenden und nicht operativen Charakters auf Konzernebene erfasst und nicht den Geschäftssegmenten zugewiesen. Die hierzu geschlossenen Vereinbarungen werden in den nächsten Jahren zum Ausscheiden von rund 760 Mitarbeitern in Deutschland führen. HELLA trägt damit frühzeitig der sich weiter verschärfenden Wettbewerbssituation am Fertigungsstandort Deutschland Rechnung. Die kontinuierliche Zunahme der technologischen Fertigungskompetenz in Ländern mit deutlichen Lohnkostenvorteilen, insbesondere in Osteuropa, übt vor allem im Segment Automotive einen deutlichen Wettbewerbsdruck auf westeuropäische Produktionsstandorte aus. HELLA ist in diesem Wettbewerbsumfeld mit einer breiten Diversifizierung von Produktionsstandorten bereits gut aufgestellt – von 14 europäischen

Standorten befinden sich acht in „Best-Cost-Ländern“. Die Anpassungsfähigkeit an sich kontinuierlich verändernde Wettbewerbsbedingungen bleibt aber weiter unerlässlich. Einschließlich der Sonderaufwendungen betrug das erreichte EBIT 341 Mio. Euro, dies entspricht einer EBIT-Marge von 6,4 %.

Nach Abzug der Zinsaufwendungen von 32 Mio. Euro sowie der Aufwendungen für Ertragsteuern von 79 Mio. Euro betrug das Nettoergebnis des Geschäftsjahres 230 Mio. Euro, nach 206 Mio. Euro im Vorjahr. Dies entspricht einem Anstieg von 12 % und einer Nettoumsatzrendite von 4,3 %.

Vor Abschreibungen und Amortisationen erreichte das um Sondereffekte bereinigte operative Ergebnis (EBITDA) einen neuen Höchstwert von 703 Mio. Euro bzw. 13,1 % vom Umsatz, nach 11,4 % im Vorjahr.

Die Rohertragsmarge erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr nochmals deutlich um 1,2 Prozentpunkte auf 27,6 %. Damit konnten die Produktivität und die Materialkostenquote, wie bereits in den Vorjahren, weiter verbessert werden. Den Preisreduzierungen auf der Absatzseite begegnet HELLA unter anderem durch zunehmende Lokalisierung von Beschaffungsquellen in „Best-Cost-Ländern“ mit entsprechenden Kostenvorteilen, kontinuierliche Design-to-Cost- sowie Redesign-to-Cost-Analysen und die entsprechende Umsetzung identifizierter Wirtschaftlichkeitspotenziale in Produktdesign und Produktionsprozessen. Im Rahmen eines aktiven Beschaffungsmanagements und aufgrund eines vorteilhaften Produktmixes wurde die Materialeinsatzquote

im Geschäftsjahr 2013/2014 von 52,2% auf 51,8% gesenkt. Daneben konnten die Kosten der Produktion unter anderem durch weitere Verlagerungen von Kundenprojekten an Standorte mit verbesserter Wettbewerbsfähigkeit gesenkt werden.

Die nachhaltig verbesserte Rohertragsmarge eröffnet den wirtschaftlichen Spielraum für einen besonderen Fokus auf Forschung und Entwicklung als Grundlage für nachhaltig dynamisches und organisches Wachstum. Die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung entsprachen im vergangenen Geschäftsjahr mit 514 Mio. Euro einem Anteil von 9,6% an den Umsatzerlösen. Dabei stand insbesondere die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit durch die Ausweitung des internationalen Entwicklungsnetzwerks mit noch größerer Nähe zu den Kunden im Vordergrund. So wurden insbesondere die Entwicklungskapazitäten in China, aber auch an anderen Standorten deutlich ausgebaut. Die Technologieführerschaft mit starker lokaler Kompetenz bleibt für HELLA ein strategischer Erfolgsfaktor und Grundlage für weiteres Wachstum. Hierbei wird bewusst ein hoher temporärer Entwicklungsaufwand in Kauf genommen, bis sich strukturelle Einmalausgaben und Investitionen über höhere Effektivität im Entwicklungsprozess und Geschäftswachstum amortisieren.

Der Anteil der Vertriebskosten an den Umsatzerlösen sank nach 8,5% im Vorjahr auf 8,2%. Die Vertriebskosten, in denen auch die sich proportional zum Umsatz entwickelnden Kosten für Ausgangsfrachten enthalten sind, beinhalten insbesondere die Kosten des Vertriebsnetzwerkes im Aftermarket. Dieses ist essenziell für den Erfolg des Handelsgeschäftes. Die Verwaltungskostenquote sank um 0,1 Prozentpunkte auf 3,7%. Synergieeffekte aus der weiteren

Bündelung administrativer Prozesse im Konzern, Produktivitätsverbesserungen sowie Skaleneffekte aus dem Geschäftswachstum sind wesentliche Stellhebel der weiteren Optimierung.

Das sonstige Ergebnis als Saldo sonstiger Aufwendungen und Erträge sank vor Sonderaufwendungen um 6 Mio. Euro. Abzüglich der Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Restrukturierungsprogramm in Höhe von 52 Mio. Euro lag das sonstige Ergebnis bei –24 Mio. Euro.

Die assoziierten Unternehmen trugen mit 38 Mio. Euro deutlich stärker zum Ergebnis bei als noch im Vorjahr, als das Beteiligungsergebnis aus at Equity bilanzierten Joint Ventures 29 Mio. Euro betrug. Neben den ebenfalls guten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die etablierten Joint Ventures und der damit verbundenen Stärkung der Erträge sorgte vor allem der Übergang von der Start-up-Phase in die Wachstumsphase in einigen neuen Joint Ventures für eine Erhöhung der Erträge. In Summe haben die assoziierten Unternehmen im Geschäftsjahr 2013/2014 einen Außenumsatz von 2,5 Mrd. Euro und ein EBIT von 145 Mio. Euro berichtet.

Das sonstige Finanzergebnis verbesserte sich um 6 Mio. Euro auf –13 Mio. Euro. Hierin waren im Vorjahr noch Aufwendungen von 11 Mio. Euro für den vorzeitigen Rückkauf von Teilen einer in 2009 begebenen Anleihe enthalten. Der Nettozinsaufwand betrug wie im Vorjahr 32 Mio. Euro.

Ertragslage der Segmente

Das größte Geschäftsfeld des HELLA Konzerns ist das Segment Automotive, welches Automobilhersteller weltweit mit Produkten der Lichttechnik und der Fahrzeugelektronik beliefert. Der Segmentumsatz erreichte erstmalig ein

REGIONALE MARKTABDECKUNG NACH ENDKUNDEN – AUTOMOTIVE

	GJ 2013/2014	GJ 2012/2013	GJ 2011/2012
Deutschland	14 %	12 %	15 %
Europa ohne Deutschland	29 %	32 %	37 %
Nord- und Südamerika	24 %	26 %	22 %
Asien/Pazifik/RoW	34 %	29 %	26 %

Die Geschäftsjahre 2011/2012 und 2012/2013 wurden angepasst.
Weitere Erläuterungen sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

Volumen von 4,2 Mrd. Euro, was einem Wachstum gegenüber dem Vorjahr um 13,2 % entspricht. Das operative Ergebnis (EBIT) verbesserte sich trotz der Aufwendungen für den Anlauf neuer Produkte gegenüber dem Vorjahr um 78 Mio. Euro auf 291 Mio. Euro. Dies entspricht einer EBIT-Marge von 6,9 % nach 5,7 % im Vorjahr.

Umsatztreiber waren im Geschäftsbereich Licht die Regionen Deutschland und Osteuropa, wo HELLA jeweils eine starke Nachfrage nach Premiumprodukten verzeichnete. Dieses vorteilhafte Marktumfeld wirkte sich positiv auf die Ergebnisentwicklung aus. In den Regionen China und Mexiko lag der Fokus im Berichtszeitraum auf der Fertigstellung der neuen Produktionsstätten sowie dem erfolgreichen Anlauf der ersten Kundenprojekte.

Die wesentlichen produktseitigen Impulse bestanden vor allem aus Scheinwerfern mit komplexer LED-Technologie, deren weltweite Relevanz immer mehr zunimmt. Die von HELLA entwickelten LED-Lichtlösungen für Front- und Heckanwendungen entsprechen im besonderen Maße dem Wunsch der Kunden nach Differenzierung im Wettbewerb und unterstützen die Markenbildung. Zudem tragen insbesondere Produkte wie Voll-LED-Scheinwerfer mit lichtbasierten Fahrerassistenz-Systemen dazu bei, das Fahren bei Nacht sicherer zu machen. Daneben wächst auch das Interesse an individuellen LED-Beleuchtungslösungen im Innenraum, zum Beispiel im Fußbereich oder an den Türen. Farblich regulierbare Lichtkonzepte sorgen für erhöhten Komfort und ein verbessertes Raumgefühl im Fahrzeug.

Der Geschäftsbereich Elektronik verzeichnete in einem sehr positiven Marktumfeld ebenfalls Umsatzzuwächse. Zudem trugen eine optimierte Kostenstruktur und gestei-

gerte Produktivität zum Ergebniswachstum dieses Bereiches bei. Auf der Produktseite wuchs HELLA vor allem mit effizienz- und sicherheitssteigernden Produkten. Neben der sehr positiven Entwicklung des Geschäfts mit Produkten zur elektrischen Lenkkraftunterstützung sorgten auch Fahrerassistenz-Systeme auf Radarbasis, die den rückwärtigen Verkehrsraum überwachen und potenzielle Gefahren beim Spurwechsel oder rückwärtigen Ausparken erkennen, sowie Produkte aus dem Bereich Energiemanagement, wie der intelligente Batteriesensor, für weiteres Umsatzwachstum.

Im Segment Aftermarket, welches das Handels- und Servicegeschäft, die Großhandelsaktivitäten in Nord- und Osteuropa sowie das Geschäft mit Werkstattausrüstung (insbesondere Diagnose) umfasst, wurde der Segmentumsatz um 1,3 % auf 1,1 Mrd. Euro gesteigert. Das operative Ergebnis (EBIT) lag bei 78 Mio. Euro, was einem Anstieg gegenüber dem Vorjahr um 3 Mio. Euro entspricht. Die EBIT-Marge betrug 6,8 % nach 6,6 % im Vorjahr.

Das Wachstum in diesem Segment wurde vor allem durch die positive Entwicklung des Großhandels in Polen und Dänemark getragen. Insbesondere in Polen zeigten dabei die in der Vergangenheit implementierten Erweiterungen und Vorinvestitionen Wirkung. In Deutschland und einigen anderen Ländern Europas entwickelte sich das Geschäft mit Diagnosegeräten für Werkstätten sehr positiv und wird in den kommenden Jahren weiter ausgebaut. Ziel ist dabei vor allem der stärkere Roll-out in weiteren europäischen Märkten.

REGIONALE MARKTABDECKUNG NACH ENDKUNDEN – AFTERMARKET UND SPECIAL APPLICATIONS

	GJ 2013/2014	GJ 2012/2013	GJ 2011/2012
Deutschland	17%	17%	21%
Europa ohne Deutschland	59%	56%	55%
Nord- und Südamerika	9%	10%	9%
Asien/Pazifik/RoW	14%	17%	16%

Die Geschäftsjahre 2011/2012 und 2012/2013 wurden angepasst.
Weitere Erläuterungen sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

Im Segment Special Applications mit den Geschäftsaktivitäten der Speziellen Erstausrüstung und Industrieanwendungen stieg der Segmentumsatz um 0,5% auf 346 Mio. Euro. Das operative Ergebnis (EBIT) verbesserte sich deutlich gegenüber dem Vorjahr um 15 Mio. Euro auf 28 Mio. Euro, wobei das Vorjahr noch von einmaligen Restrukturierungsaufwendungen negativ beeinflusst war. Die EBIT-Marge erhöhte sich entsprechend von 3,7% im Vorjahr auf 8,1%.

Hohe Nachfrage generierten insbesondere hochwertige Beleuchtungsprodukte, zum Beispiel für landwirtschaftliche Fahrzeuge, Industrie- und Straßenbeleuchtung. Entscheidender Wachstumstreiber in diesem Segment ist die hohe Nachfrage nach Produkten mit LED-Technologie, die zunehmend konventionelle Beleuchtungslösungen verdrängen. HELLA hat in diesen Produktfeldern eine hohe Kompetenz und starke Kundenstellung. Technologisch leistungsfähige Beleuchtungsprodukte mit hoher Qualität, die wartungsarm sind und auch unter anspruchsvollen Bedingungen wie etwa an Baufahrzeugen oder in Regionen mit extremen Temperaturen, optimal eingesetzt werden können, schaffen Differenzierungsmerkmale zum Wettbewerb. Weiterhin steigt das Kundeninteresse an dem ästhetischen und markendifferenzierenden Design der neuen LED-Produkte.

Finanzlage

Die Entwicklung der Finanz- und Vermögenslage war im Geschäftsjahr 2013/2014 gekennzeichnet von einer deutlichen Stärkung des erwirtschafteten Operativen Free Cashflows gegenüber dem Vorjahr bei einem nachhaltig hohen Investitionsniveau. Die Begebung einer weiteren Anleihe in Höhe von 300 Mio. Euro sicherte die langfristige Finanzierung des Konzerns zusätzlich ab.

Kapitalstruktur

Die Nettofinanzschulden stiegen im abgelaufenen Geschäftsjahr um 11 Mio. Euro auf 425 Mio. Euro an. Infolge der weiterhin hohen Investitionen im Rahmen der initiierten Globalisierungsaktivitäten reichte der erwirtschaftete Cashflow planmäßig nicht vollständig zur Deckung der regulären Dividende, einer kleineren Akquisition sowie zu Auszahlungen im Zusammenhang mit Sonderaufwendungen aus. Vor den vorgenannten Auszahlungen wurde allerdings ein positiver Operative Free Cashflow von 51 Mio. Euro erwirtschaftet, nach einem negativen Operative Free Cashflow von –61 Mio. Euro im Vorjahr.

Die Nettoverschuldung entsprach am Geschäftsjahresende dem 0,65-Fachen des EBITDA und einem Verschuldungsgrad im Verhältnis zum Eigenkapital von 0,32. Durch die Begebung einer neuen Anleihe erhöhten sich die liquiden Mittel und kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte zum Stichtag auf 992 Mio. Euro, nach 663 Mio. Euro im Vorjahr. Im Oktober 2014 werden hieraus 200 Mio. Euro zur Rückzahlung einer fälligen Anleihe verwendet.

Neben den bilanzierten Finanzverbindlichkeiten bestehen in geringem Umfang auch Verpflichtungen aus operativen Leasingverhältnissen. Der Barwert der hieraus resultierenden Mindestleasingzahlungen betrug zum Bilanzstichtag 47 Mio. Euro. Zum Bilanzstichtag blieb der zahlungswirksame Zufluss aus den im Rahmen eines Factoring-Programms verkauften Handelsforderungen mit 100 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr unverändert. Der Forderungsverkauf erfolgte endgültig, ohne Rückgriffrechte.

EIGENKAPITAL HELLA KONZERN (IN MIO. EURO; JEWEILS 31. MAI)



Die Geschäftsjahre 2011/2012 und 2012/2013 wurden angepasst.
Weitere Erläuterungen sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

Im März 2014 hat HELLA das attraktive Kapitalmarktumfeld für Unternehmen noch einmal genutzt und eine Anleihe mit einem Volumen von 300 Mio. Euro bei einem Kupon von 1,25% bzw. einem effektiven Zinssatz von 1,4% mit einer dreieinhalbjährigen Laufzeit am Kapitalmarkt platziert. Die dadurch generierten liquiden Mittel werden verwendet, um die im Oktober 2014 auslaufende Anleihe zurückzuführen. Daneben dient die Anleihe der weiteren Diversifizierung des Fälligkeitsprofils im Konzern und damit der langfristigen Absicherung der Konzernfinanzierung. Neben den begebenen Anleihen nutzt HELLA im langfristigen Bereich im Wesentlichen drei weitere Finanzierungsinstrumente:

→ Private Placement

In den Jahren 2002 und 2003 wurden insgesamt 22 Mrd. japanische Yen mit einer Laufzeit von 30 Jahren aufgenommen. Diese Fremdwährungsverbindlichkeit ist vollständig über die Gesamtlaufzeit gegen Kursveränderungen gesichert. Der Stichtagswert der Verbindlichkeit betrug am 31. Mai 2014 160 Mio. Euro.

→ Förderfinanzierung

Zur Finanzierung zukunftsweisender Entwicklungsprojekte in den Bereichen Energieeffizienz und Fahrsicherheit hat die Europäische Investitionsbank im Jahr 2010 ein zinsgünstiges Darlehen in Höhe von 150 Mio. Euro mit einer Laufzeit von fünf Jahren gewährt.

→ Syndizierte Kreditfazilität

Im Juni 2011 wurde mit einem Konsortium aus internationalen Banken eine syndizierte Kreditfazilität mit einem Volumen von 550 Mio. Euro und einer Laufzeit von fünf Jahren vereinbart. Als reines Backup ist diese Kreditlinie bislang nicht gezogen.

Im Rahmen der Begebung der Anleihe im März 2014 hat die Ratingagentur Moody's zuletzt das Investmentgrade-Rating für den Konzern mit der Bonitätsnote Baa2 mit stabilem Ausblick bestätigt und die Anleihe mit dem gleichen Rating versehen.

Liquiditätsanalyse

Der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit stieg im Vergleich zum Vorjahr um 93 Mio. Euro auf 535 Mio. Euro. Neben dem um 103 Mio. Euro höheren bereinigten Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern verminderten unter anderem höhere Steuerzahlungen aufgrund des sehr guten Vorjahresergebnisses den betrieblichen Cashflow. Der Aufbau der Vorräte im Rahmen des Wachstums fiel um 21 Mio. Euro höher aus als im Vorjahr. Die Auszahlungen für sonstige Rückstellungen verminderten sich im Vorjahresvergleich zwar um 8 Mio. Euro, allerdings stieg gleichzeitig der im Ergebnis enthaltene zahlungsunwirksame Aufwand aus den Nettozuführungen zu den Rückstellungen um rund 77 Mio. Euro. Die sonstigen im Ergebnis enthaltenen zahlungsunwirksamen Aufwendungen, zum Beispiel aus Beteiligungsbewertungen, erhöhten sich um 13 Mio. Euro. Dagegen fielen die zahlungswirksam vereinnahmten Dividenden um 9 Mio. Euro geringer aus. Im Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit sind Auszahlungen für Altersteilzeit- und Abfindungsprogramme in Höhe von 15 Mio. Euro enthalten. Mit 51 Mio. Euro lag der operative Free Cashflow nach einem negativen Saldo von 61 Mio. Euro im Vorjahr trotz der weiterhin hohen Investitions- und Entwicklungskostenquote aufgrund des stärkeren Geschäftsverlaufs sowie der weiteren Anstrengungen im Working Capital und Investitions-Management deutlich über den Erwartungen.

Die auszahlungswirksamen Investitionen ohne Auszahlungen für den Erwerb von Unternehmensanteilen oder Kapitalerhöhungen sanken um 7 Mio. Euro auf 499 Mio. Euro. Sie umfassten überwiegend Erhaltungs- und Erweiterungsinvestitionen für Gebäude, Maschinen, Anlagen und anderes Equipment. In China und Mexiko wurden neue Werke errichtet und in Betrieb genommen. Daneben wurden Kapazitäten bestehender Werke in Rumänien und China deutlich erweitert. Zudem investiert HELLA kontinuierlich in erheblichem Maße in kundenspezifische Betriebsmittel, die aufgrund der Chancen-/Risikostruktur als wirtschaftliches Eigentum im Anlagevermögen des Konzerns aktiviert werden. Aufgrund der erheblichen Vorinvestitionen in solche Betriebsmittel erhält HELLA – teilweise vorschüssig zur Teilleistung – Erstattungen von Kunden, die als Vorauszahlung auf die Umsatzerlöse passivisch abgegrenzt werden. Diese Vorauszahlungen betragen im abgelaufenen Geschäftsjahr 131 Mio. Euro.

In der Kapitalflussrechnung sind die Auszahlungen für Betriebsmittelbeschaffungen der Investitionstätigkeit zugeordnet, während die Einzahlungen aus den Kundenerstattungen als Vorauszahlung auf den Umsatz wirtschaftlich der betrieblichen Tätigkeit zugeordnet sind.

Unabhängig von der auf der wirtschaftlichen Betrachtungsweise beruhenden Darstellung im Jahresabschluss werden die Zahlungsmittelströme aus Betriebsmittelbeschaffungen und Kundenerstattungen in der HELLA internen Investitionsrechnung mit den übrigen Ein- und Auszahlungen für Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte zur Kenn-

zahl Nettoinvestitionen zusammengefasst. Hintergrund ist, dass die vorschüssige Zahlungsweise der Kundenerstattungen den Finanzmittelbedarf für Investitionen in einem engen zeitlichen Zusammenhang entlastet und damit einen wesentlichen Faktor der Investitionsentscheidung bildet. Die Nettoinvestitionen sanken im vergangenen Jahr auf 368 Mio. Euro (6,9 % vom Umsatz) nach 427 Mio. Euro im Vorjahr (8,8 % vom Umsatz).

Nach gezahlten Dividenden von 55 Mio. Euro betrug der gesamte freie Cashflow vor Investitionen in Finanzanlagen oder Beteiligungen –4 Mio. Euro. Die negative Cashflow-Entwicklung im Geschäftsjahr 2012/2013 ist maßgeblich auf die deutliche Erhöhung der Investitionen als Teil der mehrjährigen strategischen Globalisierungsinitiative zurückzuführen. Diese negative Liquiditätsentwicklung, die auch im abgeschlossenen Geschäftsjahr 2013/2014 andauerte, wurde durch die bestehenden Finanzierungsinstrumente langfristig und unter klarer Analyse der Risikogesichtspunkte, die auch deutlich negativere Marktszenarien tragfähig abbilden, ohne die Stabilität des Unternehmens zu gefährden, abgesichert.

Die erweiterten Produktionskapazitäten werden durch bereits erhaltene Kundenaufträge in den nächsten Jahren maßgeblich ausgelastet und stärken auf diese Weise deutlich die globale Umsatz- und Ertragskraft des Konzerns in der Zukunft. Erste Rückflüsse aus der umgesetzten Globalisierungsinitiative werden ab dem Geschäftsjahr 2014/2015 erwartet.

Vermögenslage

Die Bilanzsumme wuchs im abgelaufenen Geschäftsjahr um weitere 606 Mio. Euro auf 4,5 Mrd. Euro. Der Anstieg beruht zum einen auf dem vorübergehenden weiteren Ausbau der Liquiditätsposition (Zahlungsmittel und kurzfristige finanzielle Vermögenswerte) durch die im März begebene Anleihe, zum anderen aber auch auf dem Wachstum des Geschäftsbetriebes und der hohen Investitionen in Sachanlagen. Die liquiden Mittel werden im Oktober durch die Rückzahlung der fälligen Anleihe in Höhe von 200 Mio. Euro wieder abgebaut. Die Investitionen sowie der Aufbau des Working Capitals im Zusammenhang mit dem erzielten Wachstum dienen der nachhaltigen Stärkung des Geschäfts.

Das Eigenkapital des Konzerns stieg um 135 Mio. Euro auf nunmehr 1,3 Mrd. Euro. Bedingt durch die Bilanzverlängerung, welche aus der Erhöhung der liquiden Mittel resultiert, liegt die Eigenkapitalquote bei 30,1 % (Vorjahr 31,3 %). Bereinigt um die kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte und Zahlungsmittel lag sie mit 38,7 % um 0,9 Prozentpunkte über dem Vorjahresniveau.

Gesamtaussage

Das Geschäftsjahr 2013/2014 verlief für den HELLA Konzern aus Sicht der Unternehmensleitung positiv und im Einklang mit der initiierten Globalisierungsinitiative. Besonders erfreulich entwickelte sich das Geschäftsvolumen mit einem Zuwachs von 11 % auf vergleichbarer Basis auf nunmehr 5,3 Mrd. Euro. Neben der Zunahme von Neuanläufen von Kundenprojekten war auch die hohe Nachfrage aus der internationalen Automobilindustrie ein wesentlicher Treiber der Geschäftsentwicklung. Das tendenziell schwächere Geschäft auf dem europäischen Fahrzeugmarkt konnte hierdurch deutlich überkompensiert werden. Das Geschäftssegment Automotive entwickelte sich vor allem durch

die weitere Marktdurchdringung mit Voll-LED-Scheinwerfern sowie die hohe Nachfrage nach innovativen Elektronikkomponenten aus den Bereichen Energiemanagement und Fahrerassistenz positiv. Im Aftermarket wurde insbesondere das Großhandelsgeschäft in Polen weiter ausgebaut. Im Segment Special Applications entwickelten sich vor allem das Geschäft mit Beleuchtungsprodukten für Busse und Elektrofahrzeuge sowie die Straßenbeleuchtung erfreulich.

Das Konzern-EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern) belief sich im Geschäftsjahr 2013/2014 auf rund 341 Mio. Euro und nahm damit gegenüber dem Vorjahr um 17 % zu. Hierin enthalten sind Aufwendungen in Höhe von rund 52 Mio. Euro für ein freiwilliges Altersteilzeit- und Abfindungsprogramm in Deutschland, mit dem die Unternehmensleitung proaktiv zukünftige strukturell erforderliche Verschiebungen bei den europäischen Produktionsvolumina adressiert hat. Bereinigt um diesen Sonderaufwand betrug das EBIT rund 393 Mio. Euro und wuchs somit zum Vorjahr um 35 %. Die EBIT-Marge als Verhältnisgröße von EBIT zu den Umsatzerlösen erhöhte sich auf bereinigter Basis von 6,0 % auf 7,4 %.

Nach Steuern betrug der Konzerngewinn 230 Mio. Euro (Vorjahr 206 Mio. Euro). Entsprechend der gegenwärtigen Dividendenpolitik, ein Viertel des Konzernnettogewinns an die Aktionäre auszuschütten, wird die Unternehmensleitung der Hauptversammlung vorschlagen, für das Geschäftsjahr 2013/2014 eine Dividende von 1,11 Euro je Aktie auszuschütten (Vorjahr 1,01 Euro).

Die Finanz- und Vermögenslage des HELLA Konzerns blieb auch im Geschäftsjahr 2013/2014 solide. Der Operative Free Cashflow war trotz der weiterhin hohen Investitions-

und Entwicklungskostenquote aufgrund des besseren Ergebnisses sowie der weiteren Anstrengungen im Working Capital und Investitionsmanagement mit 51 Mio. Euro positiv und lag damit deutlich über den Erwartungen. Nach Auszahlung von Dividenden erhöhte sich die Nettofinanzverschuldung leicht von 415 Mio. Euro auf 425 Mio. Euro. Das Verhältnis von Nettoverschuldung zu EBITDA verbesserte sich vom 0,75-Fachen auf das 0,65-Fache.

Zu Beginn des neuen Geschäftsjahres 2014/2015 setzte sich die gute Geschäftsentwicklung weiter fort. Die Unternehmensleitung beurteilt die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage auch zum Zeitpunkt der Erstellung des Lageberichts insgesamt positiv.

Interne Kontrolle in der Konzernrechnungslegung

Als wesentlicher Bestandteil umfasst das konzernweite interne Kontrollsystem zur Rechnungslegung Organisations-, Kontroll- und Überwachungsstrukturen, die sicherstellen, dass Geschäftsvorfälle ordnungsgemäß erfasst, bewertet und in das Finanzberichtswesen übernommen werden. Um Einflussfaktoren auf die Rechnungslegung und das Berichtswesen frühzeitig zu identifizieren und um geeignete Maßnahmen zur korrekten Erfassung zu ermöglichen, werden im Zuge des Risikomanagements verschiedene Analysen und Bewertungen durchgeführt. Konzernweit relevante Regelungen zur Rechnungslegung, die zusammen mit der Abschlussplanung den Prozess der Abschlusserstellung bestimmen, sind in einem Bilanzierungshandbuch kodifiziert. Sofern sich Gesetze und Standards in der Rechnungslegung ändern, werden deren potenzielle Auswirkungen auf das Finanzberichtswesen frühzeitig analysiert und, falls notwendig, in das Konzernberichtswesen aufgenommen.

Die lokalen Gesellschaften werden bei der eigenverantwortlichen Erstellung ihrer Einzelabschlüsse durch das zentrale Konzernrechnungswesen unterstützt und überwacht. Abschließend wird die Konsistenz der gemeldeten und geprüften Abschlussdaten mithilfe entsprechender EDV-Systeme sichergestellt. Die Konsolidierung der Einzelabschlüsse erfolgt überwiegend zentral, wobei in begründeten Einzelfällen, wie beispielsweise bei Joint Ventures, auch Teilkonzernabschlüsse in den Konzernabschluss einbezogen werden. Die interne Revision überprüft die Effektivität rechnungslegungsbezogener interner Kontrollen kontinuierlich.

Die mit der Finanzberichterstattung betrauten Mitarbeiter erhalten regelmäßige Unterweisungen. Die Bewertung komplexer Sachverhalte, wie beispielsweise der Pensionsverpflichtungen, erfolgt je nach Bedarf mit der Unterstützung durch externe Partner. Darüber hinaus umfasst das Kontrollsystem weitere präventive und Transparenzschaffende Maßnahmen, zu denen umfassende Plausibilisierungen, die Funktionstrennung und das Vier-Augen-Prinzip gehören. Weiterhin tragen die im Rahmen des Risikomanagements durchgeführten Analysen dazu bei, Risiken mit Einfluss auf die Finanzberichterstattung zu identifizieren und Maßnahmen zu ihrer Minimierung einzuleiten. Die Wirksamkeit dieses internen Kontrollsystems wird durch die verantwortlichen Konzerngesellschaften und -bereiche mithilfe eines EDV-gestützten Systems beurteilt und durch die Revision in Stichproben überprüft. Die Geschäftsführung und Aufsichtsgremien werden über die Resultate in regelmäßigen Abständen informiert.

Chancen- und Risikobericht

Als international aufgestelltes Unternehmen der automobilen Zulieferindustrie ist HELLA einer Vielzahl von Chancen, aber auch Risiken verschiedener Art ausgesetzt. Einer nachhaltigen und langfristig orientierten Unternehmenspolitik folgend, identifiziert HELLA diese frühzeitig, um verantwortungsvoll und mit Weitblick Chancen zu nutzen und Risiken vorausschauend zu steuern.

Risikomanagement

Risikomanagement ist ein wichtiges Element der Corporate Governance und Strategieentwicklung. Der HELLA Konzern ist bestrebt, ein angemessenes Gleichgewicht zwischen Risiko und Nutzen im Geschäft herzustellen und die Kompetenzen des Risikomanagements, die zur Umsetzung der Strategie beitragen, aufzubauen und zu erweitern.

Die Gesamtrisikoposition wird durch das vom Risk Management Board gelenkte Risikomanagementsystem konzern-einheitlich festgestellt und gesichert. Das Risk Management Board setzt sich aus dem beauftragten Konzern-Risikomanager, dem Konzern-Compliance-Manager sowie dem risikoverantwortlichen Mitglied der Geschäftsleitung eines jeden Geschäftsbereichs zusammen. Die Zuständigkeit und Verantwortung für das Risikomanagement liegt bei allen organisatorischen Ebenen des Konzerns – von der Geschäftsführung bis zu den Unternehmensfunktionen, Geschäftssegmenten und einzelnen Gesellschaften. Risikomanagement ist ein integraler Bestandteil des geschäftlichen Planungs- und Prüfungszyklus.

Für HELLA bedeutet Risiko die Möglichkeit, dass interne oder externe Ereignisse eintreten und eine negative Auswirkung auf die Umsetzung der strategischen und betrieblichen Ziele haben können. Das Risikomanagementsys-

tem dient der systematischen Identifizierung, Bewertung, Kontrolle, Überwachung und Dokumentation wesentlicher Risiken sowie der Maßnahmen, die sie reduzieren oder auf einem akzeptablen Niveau halten können. Gemeint sind Risiken im Sinne der ERM-Risikokategorien des COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission): strategische, betriebliche, die Compliance betreffende und Finanzrisiken. Die Bewertung und Priorisierung aller relevanten Risiken erfolgt auf der Basis der Eintrittswahrscheinlichkeit und möglichen Auswirkung, unabhängig von dazugehörigen Gegenmaßnahmen und unter Berücksichtigung quantitativer und/oder qualitativer Aspekte. HELLA aktualisiert die eigenen Risikomanagementprozesse regelmäßig, um die Sensibilität für Risiken und das Risikoverständnis im gesamten Konzern zu stärken.

Unter Anwendung konsistenter Methoden werden routinemäßig Risikobewertungen durchgeführt und ein Konzernrisikobericht erstellt, der alle wesentlichen Risiken aufführt und vierteljährlich mit der Geschäftsführung diskutiert wird. Weitere Kommunikations- und Berichterstattungsstrukturen gewährleisten, dass die Geschäftsführung umgehend informiert wird, wenn sich wesentliche Änderungen in der Risikoposition ergeben. Auf dieser Basis kann die Geschäftsführung ihrer Aufsichtspflicht effektiv nachkommen und rechtzeitig auf neue Entwicklungen reagieren. Außerdem werden das Risikomanagementsystem und die allgemeine Entwicklung des Konzerns regelmäßig eng mit dem Aufsichtsrat und dem Gesellschafterausschuss abgestimmt.

Die Gewichtung von Risiken erfolgt durch eine Management-Einschätzung der Wahrscheinlichkeit des Eintritts eines Risikos sowie des betreffenden Schadenpotenzials

für das Unternehmen. Durch Multiplikation von Eintrittswahrscheinlichkeit und Schadenpotenzial ergibt sich ein Risikoindikator, mit dem das Risiko in die Größenklassen hoch, mittel oder niedrig eingruppiert wird. Da Unternehmensrisiken oftmals durch vielfältige, nicht spezifisch messbare Faktoren beeinflusst werden, kann der Risikobewertung keine stochastisch fundierte Analyse zugrunde liegen. Der ermittelte Risikoindikator ist jedoch geeignet, die identifizierten Risiken in geeigneter Weise einzuordnen.

Ein Risiko wird im HELLA Konzern als hoch bewertet, wenn es ein Schadenpotenzial von mehr als 100 Mio. Euro beinhaltet oder ein Schadenpotenzial von mehr als 30 Mio. Euro bei einer Eintrittswahrscheinlichkeit von mehr als 20 % besitzt oder bei einem Schadenpotenzial von mehr als 20 Mio. Euro einer Eintrittswahrscheinlichkeit von mehr als 50 % unterliegt. Geringe Risiken werden bei einem Schadenpotenzial unter 20 Mio. Euro gesehen, wenn die Eintrittswahrscheinlichkeit unter 5 % liegt, oder bei Risiken unterhalb einer Schadenschwelle von 5 Mio. Euro, wenn das Schadenpotenzial 20 % nicht überschreitet. Alle übrigen Risiken werden in der mittleren Risikoklasse erfasst.

Chancenmanagement

Die Identifikation, Wahrnehmung und Nutzung von Chancen für den HELLA Konzern wird dezentral gesteuert und obliegt dem operativen Management. Die Grundlage dafür bildet der von der Unternehmensleitung ausgehende Zielvereinbarungs- und Strategieprozess. Das Chancenmanagement stützt sich auch auf externe Prognosen und Marktanalysen. Es ist im Strategie- und Controlling-Prozess auf den jeweiligen Geschäftsbereichsebenen integriert. Hierzu sei auch auf die Erläuterungen zu den strategischen Zielen des Konzerns in diesem Lagebericht verwiesen. Über einen kon-

tinuierlichen Prozess zur Ausgestaltung der längerfristigen Strategie in der mittelfristigen Unternehmensplanung werden neue Chancen systematisch erfasst, bei Bedarf bewertet und, falls geeignet, mit einem Realisierungsplan hinterlegt. Chancen können sich in diesem Zusammenhang insbesondere aus der Veränderung der globalen bzw. regionalen Markt- und Wettbewerbssituation, technologischen Trends sowie Entwicklungen auf Kundenseite ergeben.

Darstellung der wesentlichen Risiken und Zusammenfassung der Risikoposition

Die Reihenfolge der Darstellung der nachfolgend genannten Risiken ist nicht als Rangfolge ihrer Signifikanz, Wahrscheinlichkeit oder Auswirkung zu interpretieren. Die Einordnung ist den Angaben zur Risikoklasse in den jeweiligen Kategorien zu entnehmen. Zudem können Risiken und Unsicherheiten, die derzeit nicht bekannt sind oder als unwesentlich betrachtet werden, in der Zukunft einen negativen Einfluss auf die Geschäftstätigkeit, die Cashflows, die finanzielle Leistung oder auch die Vermögenslage des Konzerns haben.

→ Strategische Risiken

Makroökonomische Entwicklungen, insbesondere die Folgewirkungen der Schuldenkrise in Europa, volatile Finanzmärkte und eine anhaltend instabile politische Lage in der Ukraine, in Nordafrika, dem Nahen und Mittleren Osten sowie potenzielle territoriale Auseinandersetzungen in Ostasien können in erhöhtem Maß zur Verunsicherung der internationalen Märkte beitragen und sich entsprechend negativ auf die Energie- und Rohstoffpreisentwicklung sowie die wichtigen globalen Absatzmärkte auswirken. Diese Risiken betreffen auch den HELLA Konzern, der als international aufgestelltes Unternehmen sowohl den Entwicklungen in einzelnen Ländern unterworfen ist als auch durch das

globale Produktions- und Entwicklungs-, Lieferanten- und Kundennetzwerk des Unternehmens Schwankungen in einzelnen Regionen ausgesetzt ist. Auf der anderen Seite kann die regionale Diversifizierung auch zu einer Kompensation von singulären Risiken beitragen und so in geeigneter Weise als Mechanismus des Risikomanagements fungieren.

Dem wachsenden Internationalisierungsdruck und einer weiteren Ausdifferenzierung der Wertschöpfungsschritte begegnet der HELLA Konzern mit dem Ausbau seines internationalen Produktions- und Entwicklungsnetzwerks sowie der Adaption geeigneter Produktkonzepte an die jeweiligen Markterfordernisse und nachgefragten Spezifikationen. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf den Technologien zur Reduzierung des Kraftstoffverbrauchs und der CO₂-Emissionen, deren Wirkungsweise Fahrzeuge effizienter und nachhaltiger macht. Das internationale Kundenportfolio und die weltweite Präsenz auf allen relevanten Wachstumsmärkten sichern den Konzern dabei zusätzlich gegen regionale Marktschwankungen ab.

Branchen- und wettbewerbsspezifische Risiken resultieren für HELLA vor allem aus der zunehmenden Verschiebung der Pkw-Nachfrage von Westeuropa nach Amerika und Asien, und dort vornehmlich nach China. Die schnell steigenden Verkaufszahlen des chinesischen Automobilmarktes bieten HELLA ein enormes Wachstumspotenzial, jedoch unter der Voraussetzung der weitreichenden Lokalisierung wesentlicher Teile der Wertschöpfungskette, wie Produktion und Entwicklung, um hohe Importzölle, längere Transportwege und Wettbewerbsnachteile zu vermeiden. Auch steigende Kraftstoffpreise, gesetzliche Vorgaben zum CO₂-Ausstoß und Kraftstoffverbrauch sowie ein zunehmendes ökologisches Bewusstsein beeinflussen den Pkw-Absatz und

stellen damit im Sinne eines Rückgangs der Nachfrage nach Fahrzeugen ein Risiko für den HELLA Konzern dar. Allerdings eröffnet gerade auch die Positionierung des Automotive-Segments entlang des Megatrends Energieeffizienz und das attraktive Produktportfolio insbesondere in der Elektronik ein hohes Chancenpotenzial.

Die ausbalancierte Geschäftsstruktur des Unternehmens wirkt sich stabilisierend auf die wirtschaftliche Lage aus, insbesondere im Kontext der schwachen Nachfrage auf dem europäischen Heimatmarkt. Während das Geschäftssegment Automotive mit seinen Geschäftsbereichen Licht und Elektronik direkt vom Absatz der Automobilindustrie abhängt, profitiert das Geschäftssegment Aftermarket durch den Verkauf von Ersatzteilen, Zubehör und Werkstattausrüstung vor allem in wirtschaftlich schwierigen Zeiten, wenn Kunden ihre Fahrzeuge eher reparieren lassen als Neufahrzeuge anzuschaffen. Das Geschäftssegment Special Applications ist mit seinen Industriekunden und den Herstellern von Spezialfahrzeugen in hohem Maße unabhängig von der Entwicklung des Pkw-Absatzes. Mit diesem risikooptimierten Geschäftsmodell ist HELLA auch im Fall unerwarteter Markt- oder Branchenveränderungen ausgewogen aufgestellt. Dies hat sich in der Wirtschaftskrise 2008/2009 gezeigt, als HELLA trotz eines deutlichen Umsatzrückgangs von knapp 20 % ein positives Ergebnis erzielen konnte.

Strategische Risiken finden sich vor allem in den Bereichen Business-Portfolio, Kooperationen sowie globaler Footprint und werden derzeit in die Risikoklassen gering bis mittel eingeordnet.

→ Betriebliche Risiken

Die Wettbewerbsfähigkeit des HELLA Konzerns hängt von einem effektiven Management der Entwicklungs- und Produktionsprozesse ab, da eventuelle Prozessschwächen zu Verzögerungen bei Produkteinführungen oder Lieferunterbrechungen führen können. Diese wiederum könnten zu signifikanten wirtschaftlichen Verlusten auf der Kunden- und Lieferanten- sowie auf der Kundenseite führen. Neben Beschwerden von Kunden und kommerziellen Forderungen könnte dies auch zur Reduzierung oder gar dem Verlust der Kundenakzeptanz führen, mit gegebenenfalls deutlichen Auswirkungen auf die Erfolgchancen von neu zu akquirierenden Fahrzeugprojekten.

Der gesamte interne Entwicklungsprozess für neue Produkte unterliegt weitreichenden Standards mit klar definierten Meilensteinen, die eine Umsetzung der Qualitäts- und Sicherheitsanforderungen sicherstellen sollen. Ein umfassendes Qualitätsmanagement reduziert überdies Risiken in Verbindung mit der Produktion oder der Lieferung fehlerhafter Teile. Darüber hinaus bestehen Versicherungen zur angemessenen Abdeckung von Gewährleistungsverpflichtungen aus Serienschäden. Unter Beachtung der gesetzlichen Vorschriften werden Rückstellungen für solche erkennbaren und ergebnisrelevanten Belastungen im Jahresabschluss bzw. in der Unternehmensplanung ausgewiesen.

Die betriebliche und logistische Leistung des HELLA Konzerns hängt zudem von einer weltweit leistungsfähigen Lieferantenbasis ab. Eine Unterbrechung der Lieferkette durch Probleme bei der Qualität, der zeitlichen Planung von Lieferungen oder der ausreichenden Verfügbarkeit benötigter Mengen kann die Geschäftstätigkeit des Kon-

zerns signifikant beeinträchtigen. Wenngleich durch geeignete Maßnahmen sichergestellt werden soll, dass für die meisten Produktionsmaterialien und Komponenten verschiedene Lieferanten verfügbar sind, lassen sich Single-Source-Lieferanten aufgrund der hochspezialisierten Art bestimmter Anwendungen und Prozesse in der Automobilindustrie nicht komplett vermeiden. Neue und existierende Lieferanten werden regelmäßigen Qualitätsprüfungen unterzogen. Ihre Leistungen und Kapazitäten werden bei Bedarf weiterentwickelt, um die technischen Voraussetzungen und Effizienzstandards zu erfüllen.

Die zunehmende Komplexität der Produkte und Produktionsprozesse führt zu einem intensiveren Einsatz von immer komplexeren IT-Systemen und Netzwerken. Probleme, wie etwa vorübergehender Systemausfall, Datenverluste oder Datenkorruption, können zu signifikanten Unterbrechungen der Geschäftstätigkeit führen. Daher überwacht und optimiert der Konzern seine Systeme laufend im Einklang mit den modernsten Technologien auf dem Markt und den Erfordernissen des Unternehmens.

Darüber hinaus ist die Fähigkeit, qualifizierte Führungskräfte und gut ausgebildete Mitarbeiter in Schlüsselpositionen anzuziehen und zu binden, Voraussetzung für den Erfolg des HELLA Konzerns und seines internationalen Netzwerks. Um Risiken im Zusammenhang mit einem Mangel an benötigten Kompetenzen bzw. Mitarbeitern für eine nachhaltige Geschäftstätigkeit und die Umsetzung der Konzernziele oder dem Verlust von Know-how und Kompetenzen entgegenzuwirken, verfolgt HELLA systematisch international ausgerichtete Programme zur Rekrutierung und Weiterbildung von Personal, unterhält leistungsorientierte Vergütungssysteme und bietet verschiedene Laufbahnen und Entwicklungsperspektiven.

Betriebliche Risiken werden in den Bereichen IT, Qualität, Prozesse und Personalmanagement gesehen. In den Segmenten Automotive und Special Applications werden sie derzeit überwiegend als mittel eingestuft, im Segment Aftermarket als gering.

→ Compliance-Risiken

Die Einhaltung von Vorschriften und gesellschaftlichen Normen – „Compliance“ – ist Voraussetzung für nachhaltigen Unternehmenserfolg. Im HELLA Konzern sind die maßgeblichen Regeln und Standards in einem Verhaltenskodex, dem „Code of Conduct“, für alle Mitarbeiter verbindlich festgelegt. Angesichts der steigenden Komplexität der gesetzlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen nehmen die Herausforderungen zur Gewährleistung der Compliance stetig zu und eröffnen so neue Risikofelder für das Unternehmen. Regelmäßige Schulungen und Unterweisungen, bei Bedarf auch unter Einbeziehung externer Experten, sind daher ein wesentlicher Baustein des kontinuierlichen Compliance-Managements.

HELLA führt verschiedene Maßnahmen durch, wie beispielsweise regelmäßige interne Compliance-Schulungen sowie die Einführung eines „Code of Conduct“, der für alle Mitarbeiter verbindlich ist. Gleichwohl kann nicht ausgeschlossen werden, dass Mitarbeiter gesetzliche Vorschriften, wie zum Beispiel Vorschriften des Kartellrechts und der Antikorruptionsgesetze, nicht einhalten und dem Konzern daher Strafen oder Bußgelder auferlegt werden. Wie bereits im Geschäftsjahr 2012/2013 berichtet, haben die europäischen und US-amerikanischen Kartellbehörden parallel kartellrechtliche Untersuchungen gegen HELLA und andere Unternehmen im Kraftfahrzeug-Beleuchtungsbereich eingeleitet. Deren Ausgang ist weiterhin derzeit

nicht absehbar. Nach EU-Regeln kann für Verstöße gegen Kartellrecht ein Bußgeld von bis zu 10 % des Konzernumsatzes im Geschäftsjahr vor einer Bußgeldentscheidung verhängt werden. Buß- bzw. Straf gelder der US-Behörden können bis zu 20 % des von Kartellabsprachen betroffenen US-Umsatzes betragen. Darüber hinaus können durch Kartellverstöße geschädigte Dritte sowohl in Europa als auch in den USA Schadensersatzansprüche geltend machen.

HELLA sichert die mit hohen Kosten und hohem Aufwand entwickelten Technologien durch Patente und andere Schutzrechte ab, sofern dies für das Unternehmen strategisch sinnvoll ist. Die Einhaltung dieser Rechte durch Wettbewerber wird kontinuierlich überwacht, und mögliche Verletzungen werden entsprechend verfolgt. Abgesehen davon besteht aber auch das Risiko, dass HELLA selbst unbeabsichtigt die Rechte Dritter verletzt, da auch Wettbewerber, Zulieferer oder Kunden eine große Zahl von Schutzrechten anmelden. Die Existenz gültiger Schutzrechte kann bei gewissen Prozessen, Methoden und Anwendungen nicht immer eindeutig festgestellt werden. Folglich kann HELLA Ansprüchen aufgrund einer angeblichen Verletzung von Schutzrechten unterworfen werden, die zur Folge haben können, dass der Konzern Schadensersatz leisten muss bzw. gezwungen wird, zusätzliche Lizenzen zu erwerben, oder auch aufgefordert wird, die Produktion oder die Verwendung relevanter Technologien in bestimmten Ländern aufzugeben. Um zu verhindern, dass existierende Schutzrechte Dritter verletzt werden, überwacht HELLA systematisch neue Veröffentlichungen und stimmt diese mit dem eigenen Technologieportfolio ab.

Compliance-Risiken werden trotz der ergriffenen Maßnahmen aufgrund der hohen regulatorischen Komplexität mit sehr dynamischen Veränderungen als hoch eingestuft.

→ Finanzwirtschaftliche Risiken

Finanzwirtschaftliche Risiken durch Währungs- und Zinsschwankungen werden im Rahmen der Konzernfunktion Treasury in Abstimmung mit der Geschäftsführung gesteuert. Dabei kommen selektiv auch derivative Finanzinstrumente zur Sicherung von operativen Grundgeschäften zum Einsatz. HELLA greift ausschließlich zu Absicherungszwecken auf derivative Zinsgeschäfte zurück.

Darüber hinaus werden Risiken durch Währungsschwankungen zunächst durch den lokalen Bezug von Materialien in der jeweiligen Währungs- und Absatzregion beschränkt. Währungsrisiken werden zentral erfasst, bewertet und gesichert, um die Risikosteuerung zu optimieren und weitere Kosteneinsparungen bei der Sicherung aufgrund der Gegenläufigkeit vieler Positionen zu erzielen. Die Sicherung von Währungsrisiken erfolgt im Wesentlichen durch Devisentermingeschäfte, die auf die im Rahmen der Geschäftsplanung erwarteten Fremdwährungsströme abgestimmt sind. Dieselbe Strategie setzt HELLA auch zur Sicherung von Rohstoffpreisschwankungen ein.

Langfristige Kredite, Euro-Anleihen und langfristige Yen-Anleihen sichern die Liquiditätsslage des Konzerns ausreichend ab. Im März 2014 platzierte HELLA erfolgreich eine neue dreieinhalbjährige Unternehmensanleihe über 300 Mio. Euro, zusätzlich zu der siebenjährigen Anleihe über 500 Mio. Euro, die das Unternehmen im Januar 2013 platziert hat. Ein Teil dieser Beträge wird zur Refinanzierung der verbleibenden 200 Mio. Euro einer Anleihe aus 2009 verwendet, die im

Oktober 2014 fällig wird. Darüber hinaus steht dem Konzern eine bisher nicht gezogene syndizierte Kreditlinie in Höhe von 550 Mio. Euro zur Verfügung, die 2016 fällig wird. Alle Zusagen in den Finanzierungsvereinbarungen, die im Fall einer Vertragsverletzung zum außerordentlichen Kündigungsrecht für den Geldgeber mit möglichen beschleunigten Zahlungspflichten führen könnten, werden kontinuierlich überwacht. Die entsprechenden Finanzkennzahlen sind integraler Bestandteil des Berichtswesens der Geschäftsführung. Die bestehenden Vereinbarungen beinhalten auch für das Szenario eines starken wirtschaftlichen Abschwungs ausreichenden Spielraum.

Finanzwirtschaftliche Risiken werden derzeit überwiegend als gering klassifiziert. Der Einfluss von Währungsschwankungen liegt im mittleren Risikobereich.

→ Zusammenfassung der Risikoposition

Die Gesamtrisikoposition hat sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum nicht wesentlich verändert. Mehr als die Hälfte der angesprochenen Risiken fällt im Hinblick auf die Eintrittswahrscheinlichkeit und deren Auswirkungen in die untere Kategorie, etwa ein Drittel in die Kategorie mit geringfügiger Auswirkung, aber höherer Wahrscheinlichkeit, und nur wenige Risiken wurden so bewertet, dass sie im Fall ihres Eintretens signifikante Auswirkungen haben können. Vor diesem Hintergrund geht die Geschäftsführung des Konzerns davon aus, dass die Gesamtrisikoposition ihrer Risikobereitschaft bei der Umsetzung ihrer Ziele entspricht.

Der Geschäftsführung des HELLA Konzerns sind somit keine tatsächlichen oder potenziellen Entwicklungen bekannt, die die Funktionsfähigkeit des Unternehmens in absehbarer Zukunft gefährden könnten.

Prognosebericht

Gesamtwirtschaftlicher und branchenspezifischer Ausblick

Die Weltkonjunktur wird sich 2014 und 2015 voraussichtlich wieder stärker beleben und gemäß der Prognose des Internationalen Währungsfonds 2014 um rund 3,6 % sowie 2015 um rund 3,9 % wachsen. Grundlagen hierfür sind die sukzessive Erholung der fortgeschrittenen Volkswirtschaften in den Industrieländern sowie ein wachsendes Konsumentenvertrauen in für die Weltwirtschaft relevanten Märkten. Positive Impulse werden vor allem aus den USA und abgestuft auch für den Euroraum erwartet, auch wenn die Entwicklung dort voraussichtlich weiterhin heterogen verlaufen wird. Während insbesondere in Zentral- und Nordeuropa eine graduelle Erholung einsetzen sollte, wirken fehlende Wettbewerbsfähigkeit und ein Ausbleiben des privaten Konsums in vielen Krisenländern der Eurozone belastend. In Deutschland sollte die Belebung der Weltwirtschaft für eine Steigerung der Exporte und vermehrte Investitionen von Unternehmen sorgen. Zudem sollte sich die Binnennachfrage aufgrund der guten Einkommensentwicklung weiterhin positiv entwickeln. Die Deutsche Bundesbank erwartet in Deutschland ein relativ kräftiges Wirtschaftswachstum von 1,9 % in 2014 und von 2,0 % in 2015.

Auch das Wachstum in China sollte sich trotz bestehender Unsicherheit weiter fortsetzen. In verschiedenen anderen Emerging Markets wird die steigende Nachfrage aus den sich wiederbelebenden Volkswirtschaften für Wachstum sorgen. Durch das Fehlen grundlegender struktureller Reformen ist aber in vielen Fällen von einer anhaltend schwachen Binnennachfrage auszugehen. Zudem bleiben diese Länder weiterhin dem Risiko von Wechselkursschwankungen und Kapitalabflüssen ausgesetzt.

Der Pkw-Weltmarkt sollte 2014 nach Einschätzung des Verbands der Automobilindustrie (VDA) voraussichtlich um rund 4 % auf rund 76 Mio. verkaufte Fahrzeuge wachsen. Dabei wird für alle relevanten Märkte außer Japan Wachstum erwartet. China und die USA werden weiterhin die Rolle der Wachstumstreiber einnehmen. Die USA werden ihren Anteil am Pkw-Weltmarkt mit 16 Mio. Light Vehicles auf rund 21 % steigern. In China werden 2014 voraussichtlich rund 19 Mio. Fahrzeuge verkauft, was einem Zuwachs von rund 15 % entspricht. Chinas Anteil am Weltmarkt wird sich damit auf rund 25 % erhöhen. Der westeuropäische Markt sollte 2014 nach vier Jahren des Rückgangs voraussichtlich erstmals wieder einen Anstieg der Pkw-Verkäufe um 4 % auf rund 12 Mio. Einheiten verzeichnen. Die ersten fünf Monate des Kalenderjahres scheinen die Prognosen entsprechend zu untermauern. In China und Europa sind die Wachstumsraten sogar noch etwas höher als im Geschäftsbericht 2012/2013 angenommen. Auch Indien, Russland und Brasilien sollten im Verlauf des Jahres 2014 wieder leicht wachsen. Für 2015 geht die HELLA Geschäftsführung basierend auf Quellenangaben und eigenen Einschätzungen von einer weiteren Steigerung des globalen Pkw-Absatzes im mittleren einstelligen Prozentbereich aus.

Unternehmensspezifischer Ausblick

Auf Basis dieser Rahmenbedingungen und Prognosen gehen wir davon aus, dass sich die Geschäftsaktivitäten des HELLA Konzerns auch im kommenden Geschäftsjahr 2014/2015 weiter positiv entwickeln werden. Drei Stoßrichtungen der HELLA Strategie sollten diese Entwicklung unterstützen. Erstens: der weitere Ausbau der Marktpositionen durch die von HELLA verfolgte Technologieführerschaft entlang der zentralen Megatrends Umwelt und Energieeffizienz, Sicherheit sowie Styling (LED) und Komfort.

Zweitens: die Wahrnehmung zusätzlicher Wachstumschancen durch die globale Expansion, insbesondere in den Wachstumsmärkten China und Mexiko bzw. NAFTA. Drittens: die weitere Steigerung der operativen Exzellenz in der Wertschöpfung des globalen HELLA Netzwerks. Darüber hinaus stabilisiert das ausgeglichene Geschäftsmodell mit den beiden weiteren Segmenten Aftermarket und Special Applications, die nicht dem Automobilzyklus folgen, gerade auch bei wirtschaftlich schwierigen Rahmenbedingungen mit hoher Volatilität.

Unter der Voraussetzung, dass gravierende ökonomische Verwerfungen auch infolge von politischen Krisen, beispielsweise in Osteuropa, dem Nahen Osten oder in Ostasien, ausbleiben, strebt der HELLA Konzern für das Geschäftsjahr 2014/2015 Zuwächse beim Umsatz im mittleren einstelligen Prozentbereich an. Dieses Wachstum sollte in allen drei Geschäftssegmenten erzielt werden. Für das Geschäftsjahr 2015/2016 strebt das Unternehmen weiteres Wachstum an. Dieses anvisierte organische Wachstum basiert auf der hohen Innovationskraft, dem leistungsfähigen Produktportfolio, dem gestärkten internationalen Standortnetzwerk und der daraus resultierenden Attraktivität des Unternehmens HELLA bei den Kunden. Auch beim operativen Ergebnis (EBIT) strebt HELLA für das Geschäftsjahr 2014/2015 ein Wachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich an. Diese anvisierte Steigerung basiert neben dem Umsatzeffekt auf der Weiterführung der operativen Verbesserungen in allen Geschäftssegmenten des Konzerns. Für das Geschäftsjahr 2015/2016 strebt das Unternehmen, basierend auf einer positiven Umsatzentwicklung, eine weitere positive Entwicklung des operativen Ergebnisses (EBIT) an. Für den Operativen Free Cashflow strebt HELLA im Geschäftsjahr 2014/2015 eine deutliche Steigerung an. Hierbei sollte neben

dem erhöhten Ergebniseffekt auch die Reduzierung von Investitionen in den Ausbau des globalen Netzwerks zu einer Verbesserung führen.

Diese Entwicklung mit weiterem profitablen Wachstum bei reduzierter Cash-Intensität sollte bei gleichzeitiger Fortführung der soliden Finanzpolitik des Konzerns erreicht werden. Dementsprechend strebt das Unternehmen für die weiteren Geschäftsjahre weiterhin eine solide Rating-Bewertung im Investmentgrade-Bereich an.

Mit Blick auf die Qualitätssituation im Konzern strebt HELLA eine weitere Verbesserung und damit einhergehend eine Reduzierung der Fehlerrate (ppm) an.

Die in diesem Bericht getroffenen zukunftsbezogenen Aussagen beruhen auf aktuellen Einschätzungen des HELLA Managements. Sie unterliegen Risiken und Unsicherheiten, die außerhalb der Möglichkeiten von HELLA bezüglich einer Kontrolle oder präzisen Einschätzung liegen, wie beispielsweise dem zukünftigen Marktumfeld und den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, dem Verhalten der übrigen Marktteilnehmer sowie Maßnahmen staatlicher Stellen. Sollten einzelne dieser oder andere Unsicherheitsfaktoren und Unwägbarkeiten eintreten oder sollten sich die Annahmen, auf denen diese Aussagen basieren, als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in diesen Aussagen explizit genannten oder implizit enthaltenen Ergebnisprognosen abweichen. Es ist von HELLA weder beabsichtigt, noch übernimmt HELLA eine gesonderte Verpflichtung, zukunftsbezogene Aussagen zu aktualisieren, um sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Datum dieses Berichts anzupassen.

Nachtragsbericht

Nach Abschluss des Geschäftsjahres 2013/2014 waren keine weiteren als die genannten Vorgänge von besonderer Bedeutung zu verzeichnen. Die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns hat sich in den ersten Monaten des neuen Geschäftsjahres weiter positiv entwickelt.

Lippstadt, 25. Juli 2014

Handwritten signatures of Dr. Jürgen Behrend and Dr. Rolf Breidenbach.

Dr. Jürgen Behrend

Dr. Rolf Breidenbach

Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung

der HELLA KGaA Hueck & Co.; jeweils vom 1. Juni bis 31. Mai

T€	2013/2014	2012/2013*	wie berichtet 2012/ 2013
Umsatzerlöse	5.343.327	4.835.478	4.999.078
Kosten des Umsatzes	-3.866.380	-3.557.638	-3.654.455
Bruttogewinn	1.476.947	1.277.840	1.344.623
Forschungs- und Entwicklungskosten	-513.545	-443.803	-468.177
Vertriebskosten	-435.361	-412.370	-422.217
Verwaltungsaufwendungen	-197.421	-182.707	-194.701
Andere Erträge und Aufwendungen	-24.072	33.946	35.621
Ergebnisanteile aus at Equity bilanzierten Beteiligungen	37.836	29.186	15.078
Übrige Beteiligungserträge	2.131	4.371	4.371
Erträge aus Wertpapieren und sonstigen Ausleihungen	7.395	3.203	3.205
Sonstiges Finanzergebnis	-12.846	-19.143	-19.181
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)	341.064	290.523	298.622
Zinserträge	10.894	8.032	8.222
Zinsaufwendungen	-43.200	-39.891	-40.605
Zinsergebnis	-32.306	-31.859	-32.383
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	308.758	258.664	266.239
Ertragsteueraufwendungen	-79.176	-53.111	-59.647
Ergebnis der Periode	229.582	205.553	206.592
davon zuzurechnen:			
den Eigentümern des Mutterunternehmens	222.888	200.424	201.463
den Minderheitenanteilen	6.694	5.129	5.129

* Angepasst gemäß IFRS 11 und IAS 19R. Weitere Erläuterungen sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

Konzern-Bilanz

der HELLA KGaA Hueck & Co.; jeweils zum 31. Mai

T€	31. Mai 2014	31. Mai 2013*	wie berichtet 31. Mai 2013
Zahlungsmittel	637.226	456.098	476.603
Finanzielle Vermögenswerte	354.982	207.030	207.998
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	692.097	645.972	657.063
Sonstige Forderungen und nicht finanzielle Vermögenswerte	117.630	99.988	102.348
Vorräte	577.923	554.375	580.178
Ertragsteueransprüche	26.537	23.032	23.290
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte	5.942	11.232	11.232
Kurzfristige Vermögenswerte	2.412.337	1.997.727	2.058.712
Immaterielle Vermögenswerte	189.928	175.386	241.731
Sachanlagen	1.429.608	1.289.082	1.323.612
Finanzielle Vermögenswerte	19.677	19.759	20.141
At Equity bilanzierte Beteiligungen	239.516	210.655	115.993
Latente Steueransprüche	126.523	122.633	123.912
Sonstige langfristige Vermögenswerte	40.948	37.175	37.435
Langfristige Vermögenswerte	2.046.200	1.854.690	1.862.824
Vermögenswerte	4.458.537	3.852.417	3.921.536
Finanzschulden	296.412	39.961	41.966
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	573.533	552.197	562.425
Ertragsteuerschulden	45.943	31.587	33.135
Sonstige Verbindlichkeiten	420.940	405.181	429.105
Rückstellungen	108.733	82.473	84.347
Kurzfristige Schulden	1.445.561	1.111.399	1.150.978
Finanzschulden	1.121.252	1.037.843	1.057.914
Latente Steuerschulden	69.006	61.699	63.314
Sonstige Verbindlichkeiten	219.091	179.593	184.701
Rückstellungen	261.566	254.692	257.395
Langfristige Schulden	1.670.915	1.533.827	1.563.324
Gezeichnetes Kapital	200.000	200.000	200.000
Rücklagen und Bilanzergebnisse	1.112.182	978.941	978.984
Eigenkapital vor Minderheiten	1.312.182	1.178.941	1.178.984
Minderheitenanteile	29.879	28.250	28.250
Eigenkapital	1.342.061	1.207.191	1.207.234
Eigenkapital und Schulden	4.458.537	3.852.417	3.921.536

* Angepasst gemäß IFRS 11 und IAS 19R. Weitere Erläuterungen sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

Konzern-Kapitalflussrechnung

der HELLA KGaA Hueck & Co.; jeweils vom 1. Juni bis 31. Mai

T€	2013/2014	2012/2013*	wie berichtet
			2012/2013
Ergebnis vor Ertragsteuern	308.758	258.664	266.239
+ Abschreibungen	309.073	260.950	277.709
+/- Veränderung der Rückstellungen	29.861	-38.764	-40.954
+ Erhaltene Zahlungen für Serienproduktion	130.949	79.817	85.801
+/- Zahlungenunwirksame Umsätze, die in Vorperioden vereinnahmt wurden	-79.336	-57.215	-62.112
- Sonstige zahlungenunwirksame Erträge/Aufwendungen	-50.830	-37.561	-17.179
+/- Gewinn/Verlust aus der Veräußerung von Gegenständen des Anlagevermögens	-821	79	95
+/- Zinsergebnis	32.306	31.857	32.383
+/- Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-65.053	10.931	12.339
+/- Ab-/Zunahme der Vorräte	-59.144	-37.694	-37.308
+/- Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	52.877	47.810	50.828
+ Erhaltene Zinsen	11.109	7.692	7.860
- Gezahlte Zinsen	-43.943	-39.445	-40.112
- Gezahlte Steuern	-80.097	-92.686	-100.040
+ Erhaltene Steuererstattungen	14.626	14.011	14.497
+ Erhaltene Dividenden	24.634	33.151	13.139
= Netto Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	534.969	441.597	463.185
+ Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen	12.097	3.022	3.163
- Auszahlung für die Beschaffung von Sachanlagen	-463.207	-477.874	-488.700
+ Einzahlungen aus dem Verkauf immaterieller Vermögenswerte	4.623	2.397	7.004
- Auszahlungen für die Beschaffung von immateriellen Vermögenswerten	-52.554	-33.956	-52.212
+ Rückzahlung aus Darlehen von assoziierten oder nicht konsolidierten Unternehmen	220	5.230	4.919
- Auszahlung für Darlehen an assoziierte oder nicht konsolidierte Unternehmen	-5.475	-4.442	-1.952
+ Einzahlungen aus dem Verkauf von Beteiligungen	0	1.706	1.706
- Auszahlung für den Erwerb von Tochterunternehmen	-125	0	0
- Veränderung der Kapitaleinlagen an assoziierten Unternehmen	-640	-13.375	-13.375
= Netto Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-505.061	-517.292	-539.447
- Auszahlungen aus der Tilgung von Finanzschulden	-13.354	-39.144	-61.876
+ Einzahlung aus der Aufnahme von Finanzschulden	68.990	5.644	33.356
- Auszahlung für den Erwerb von nicht beherrschenden Anteilen	0	-5.464	-5.464
+ Einzahlung aus Kapitaleinlagen von nicht beherrschenden Anteilen	0	885	885
+ Einzahlung aus der Emission einer Anleihe	298.398	495.865	495.865
- Auszahlung für den Rückkauf von Anteilen einer Alt-Anleihe	0	-110.760	-110.760
+ Einzahlungen aus dem Verkauf von Wertpapieren	344.087	0	0
- Auszahlung für den Kauf von Wertpapieren	-486.071	-165.079	-165.079
- Gezahlte Dividende	-55.325	-61.375	-61.375
= Netto Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	156.725	120.572	125.552
= Netto Veränderung der Zahlungsmittel	186.633	44.877	49.290
+ Finanzmittelbestand am 1. Juni	456.098	413.163	429.338
+/- Auswirkungen von Wechselkursänderungen auf Zahlungsmittel	-5.505	-1.942	-2.025
= Finanzmittelbestand am 31. Mai	637.226	456.098	476.603

* Angepasst gemäß IFRS 11 und IAS 19R. Weitere Erläuterungen sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

der HELLA KGaA Hueck & Co.; jeweils vom 1. Juni bis 31. Mai

wie berichtet T€	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Rücklage für Währungs- differenzen	Rücklage für Finanzinstrumente zur Zahlungs- stromsicherung
Stand 31. Mai 2012	200.000	0	8.925	-73.000
Ergebnis der Periode	0	0	0	0
Sonstiges Ergebnis der Periode	0	0	1.207	4.253
Gesamtergebnis der Periode	0	0	1.207	4.253
Ausschüttungen an Anteilseigner	0	0	-26	0
Eigenkapitalzuführung und Ausschüttungen an Anteilseigner	0	0	0	0
Transaktionen mit Anteilseignern	0	0	-26	0
Stand 31. Mai 2013	200.000	0	10.106	-68.747

angepasst* T€	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Rücklage für Währungs- differenzen	Rücklage für Finanzinstrumente zur Zahlungs- stromsicherung
Stand 31. Mai 2012	200.000	0	8.925	-73.000
Ergebnis der Periode	0	0	0	0
Sonstiges Ergebnis der Periode	0	0	1.207	4.253
Gesamtergebnis der Periode	0	0	1.207	4.253
Erwerb von nicht beherrschenden Anteilen	0	0	-26	0
Eigenkapitalzuführung und Ausschüttungen an Anteilseigner	0	0	0	0
Transaktionen mit Anteilseignern	0	0	-26	0
Stand 31. Mai 2013	200.000	0	10.106	-68.747
Ergebnis der Periode	0	0	0	0
Sonstiges Ergebnis der Periode	0	0	-43.503	4.909
Gesamtergebnis der Periode	0	0	-43.503	4.909
Erwerb von nicht beherrschenden Anteilen	0	0	0	0
Eigenkapitalzuführung und Ausschüttungen an Anteilseigner	0	0	0	0
Transaktionen mit Anteilseignern	0	0	0	0
Stand 31. Mai 2014	200.000	0	-33.397	-63.838

* Angepasst gemäß IFRS 11 und IAS 19R. Weitere Erläuterungen sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

	Rücklage für Finanzinstrumente zur Veräußerung	Versicherungs- mathematische Gewinne und Verluste	Andere Gewinn- rücklagen/ Gewinnvortrag	Eigenkapital vor Minderheiten	Minderheiten- anteile	Gesamtkapital
	846	-41.059	931.103	1.026.815	38.422	1.065.237
	0	0	201.463	201.463	5.129	206.592
	3.180	-7.241	0	1.399	-34	1.365
	3.180	-7.241	201.463	202.862	5.095	207.957
	0	2	4.831	4.807	-10.271	-5.464
	0	0	-55.500	-55.500	-4.996	-60.496
	0	2	-50.669	-50.693	-15.267	-65.960
	4.026	-48.298	1.081.897	1.178.984	28.250	1.207.234

	Rücklage für Finanzinstrumente zur Veräußerung	Versicherungs- mathematische Gewinne und Verluste	Andere Gewinn- rücklagen/ Gewinnvortrag	Eigenkapital vor Minderheiten	Minderheiten- anteile	Gesamtkapital
	846	-41.059	931.103	1.026.815	38.422	1.065.237
	0	0	200.424	200.424	5.129	205.553
	3.180	-6.245	0	2.395	-34	2.361
	3.180	-6.245	200.424	202.819	5.095	207.914
	0	2	4.831	4.807	-10.271	-5.464
	0	0	-55.500	-55.500	-4.996	-60.496
	0	2	-50.669	-50.693	-15.267	-65.960
	4.026	-47.302	1.080.858	1.178.941	28.250	1.207.191
	0	0	222.888	222.888	6.694	229.582
	421	-974	0	-39.147	-240	-39.387
	421	-974	222.888	183.741	6.454	190.195
	0	0	0	0	0	0
	0	0	-50.500	-50.500	-4.825	-55.325
	0	0	-50.500	-50.500	-4.825	-55.325
	4.447	-48.276	1.253.246	1.312.182	29.879	1.342.061

Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens

der HELLA KGaA Hueck & Co.

	Grundstücke und Gebäude	Technische Anlagen und Maschinen	Erzeugnis- gebundene Betriebsmittel	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Anlagen im Bau	Gesamt
SACHANLAGEN*						
T€						
ANSCHAFFUNGS- BZW. HERSTELLUNGSKOSTEN						
Stand 1. Juni 2012	557.846	1.548.556	801.215	363.458	175.658	3.446.733
Veränderungen Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0	0
Währungsumrechnung	-916	-887	-76	-1.136	143	-2.872
Zugänge	35.986	110.066	38.095	37.351	256.503	478.001
Abgänge	-5.114	-34.108	-10.313	-17.798	-1.239	-68.572
Umbuchungen	12.958	44.420	96.877	9.730	-163.985	0
Umbuchungen in die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte	-20.229	-1.773	0	-224	0	-22.226
Stand 31. Mai 2013	580.531	1.666.274	925.798	391.381	267.080	3.831.064
KUMULIERTE ABSCHREIBUNGEN						
Stand 1. Juni 2012	288.262	1.127.495	696.062	274.905	526	2.387.250
Veränderungen Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0	0
Währungsumrechnung	-904	-944	520	-1.040	10	-2.358
Zugänge	16.960	129.833	52.740	28.617	59	228.209
Abgänge	-4.594	-32.608	-9.546	-17.014	0	-63.762
Erfasste Wertminderungen	0	3.637	0	0	0	3.637
Umbuchungen	260	-48.861	47.343	1.342	-84	0
Umbuchungen in die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte	-9.512	-1.284	0	-198	0	-10.994
Stand 31. Mai 2013	290.472	1.177.268	787.119	286.612	511	2.541.981
Buchwerte 31. Mai 2013	290.059	489.008	138.679	104.769	266.569	1.289.082

* Angepasst gemäß IFRS 11 und IAS 19R. Weitere Erläuterungen sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

	Grundstücke und Gebäude	Technische Anlagen und Maschinen	Erzeugnis- gebundene Betriebsmittel	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Anlagen im Bau	Gesamt
SACHANLAGEN						
T€						
ANSCHAFFUNGS- BZW. HERSTELLUNGSKOSTEN						
Stand 1. Juni 2013	580.531	1.666.274	925.798	391.381	267.080	3.831.064
Veränderungen Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0	0
Währungsumrechnung	-9.412	-28.466	0	-5.810	-6.983	-50.671
Zugänge	34.161	117.248	44.933	40.056	209.113	445.511
Abgänge	-5.394	-37.296	-20.060	-16.614	-890	-80.253
Umbuchungen	72.607	98.928	60.809	12.786	-245.130	0
Umbuchungen in die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte	0	-81	-27	-182	0	-291
Stand 31. Mai 2014	672.493	1.816.607	1.011.453	421.618	223.190	4.145.358
KUMULIERTE ABSCHREIBUNGEN						
Stand 1. Juni 2013	290.472	1.177.268	787.119	286.612	511	2.541.982
Veränderungen Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0	0
Währungsumrechnung	-3.146	-17.036	0	-3.854	-3	-24.039
Zugänge	20.103	150.925	67.720	33.278	0	272.026
Abgänge	-4.236	-34.583	-19.797	-15.476	-53	-74.145
Erfasste Wertminderungen	0	0	0	0	0	0
Wertaufholung	0	0	0	0	0	0
Umbuchungen	-3	166	-126	-28	-9	0
Umbuchungen in die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte	0	-10	-14	-48	0	-72
Stand 31. Mai 2014	303.190	1.276.730	834.902	300.484	446	2.715.752
Buchwerte 31. Mai 2014	369.303	539.877	176.551	121.134	222.745	1.429.609

Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens

der HELLA KGaA Hueck & Co.

IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE* T€	Aktivierete Entwicklungs- kosten	Geschäfts- oder Firmenwert	Erworbene immaterielle Vermögenswerte	Gesamt
ANSCHAFFUNGS- BZW. HERSTELLUNGSKOSTEN				
Stand 1. Juni 2012	239.062	83.701	130.049	452.812
Währungsumrechnung	-538	-243	330	-451
Zugänge	22.417	0	11.540	33.957
Abgänge	-2.358	0	-2.489	-4.847
Umbuchungen	0	0	0	0
Stand 31. Mai 2013	258.583	83.458	139.430	481.471
KUMULIERTE ABSCHREIBUNGEN				
Stand 1. Juni 2012	152.282	17.071	110.744	280.097
Veränderungen Konsolidierungskreis	0	0	0	0
Währungsumrechnung	-476	-44	-143	-663
Zugänge	16.223	0	8.985	25.208
Abgänge	-499	0	-2.435	-2.934
Erfasste Wertminderungen	2.619	1.758	0	4.377
Wertaufholung	0	0	0	0
Umbuchungen	0	0	0	0
Stand 31. Mai 2013	170.149	18.785	117.151	306.085
Buchwerte 31. Mai 2013	88.434	64.673	22.279	175.386

* Angepasst gemäß IFRS 11 und IAS 19R. Weitere Erläuterungen sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE T€	Aktivier- te Entwicklungs- kosten	Geschäfts- oder Firmenwert	Erworbene immaterielle Vermögenswerte	Gesamt
ANSCHAFFUNGS- BZW. HERSTELLUNGSKOSTEN				
Stand 1. Juni 2013	258.583	83.458	139.430	481.471
Veränderungen Konsolidierungskreis	0	0	0	0
Währungsumrechnung	-2.455	-1.250	-638	-4.343
Zugänge	35.457	0	14.569	50.026
Abgänge	-4.549	0	-2.075	-6.624
Umbuchungen	-2	0	2	0
Stand 31. Mai 2014	287.034	82.208	151.288	520.530
KUMULIERTE ABSCHREIBUNGEN				
Stand 1. Juni 2013	170.149	18.785	117.151	306.085
Veränderungen Konsolidierungskreis	0	0	0	0
Währungsumrechnung	-1.863	-166	-286	-2.315
Zugänge	19.508	0	9.076	28.586
Abgänge	-298	0	-2.045	-2.343
Erfasste Wertminderungen	0	591	0	591
Wertaufholung	0	0	0	0
Umbuchungen	0	0	0	0
Stand 31. Mai 2014	187.496	19.210	123.896	330.602
Buchwerte 31. Mai 2014	99.538	62.998	27.392	189.928

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Zu dem vollständigen Konzernabschluss und Konzernlagebericht hat der gesetzliche Abschlussprüfer nachfolgenden uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt:

Wir haben den von der HELLA KGaA Hueck & Co., Lippstadt, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Konzern-Gewinn- und -Verlust-Rechnung, Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzern-Bilanz, Konzern-Kapitalflussrechnung, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung und Konzern-Anhang – sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Juni 2013 bis 31. Mai 2014 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die

Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Bielefeld, den 12. August 2014

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Rehnen
Wirtschaftsprüfer

Droste
Wirtschaftsprüfer

Wesentliche Beteiligungen

BETEILIGUNGEN IN DEUTSCHLAND; IN PROZENT

Produktionsgesellschaften	HELLA Innenleuchten-Systeme GmbH (HIS)	Deutschland	100,0
	HELLA Fahrzeugkomponenten GmbH (HFK)	Deutschland	100,0
	HELLA Werkzeug Technologiezentrum GmbH (HWT)	Deutschland	100,0
	Behr-Hella Thermocontrol GmbH (BHTC)*	Deutschland	50,0
	Docter Optics SE (DOCO)	Deutschland	95,8
	HBPO Beteiligungsgesellschaft mbH (HBPO(H))*	Deutschland	33,3
	InnoSenT GmbH (INSE)*	Deutschland	50,0
Vertriebsgesellschaften	Behr Hella Service GmbH (BHS)*	Deutschland	50,0
	HELLA Distribution GmbH (HD)	Deutschland	100,0
	Hella Gutmann Holding GmbH (HGHO)	Deutschland	93,8
	Hella Nussbaum Solutions GmbH (HNS)*	Deutschland	46,9
	Hella Pagid GmbH (HPBS)*	Deutschland	50,0
Sonstige Gesellschaften	ARTEC Advanced Reman Technology GmbH (ARTEC)*	Deutschland	50,0
	HELLA Aglaia Mobile Vision GmbH (HAGL)	Deutschland	100,0
	HELLA Corporate Center GmbH (HCC)	Deutschland	100,0
	HELLA Electronics Engineering GmbH (HEER)	Deutschland	100,0
	HELLA Engineering North GmbH (HEN)	Deutschland	100,0
	HELLA Holding International GmbH (HHI)	Deutschland	100,0

BETEILIGUNGEN IN EUROPA OHNE DEUTSCHLAND; IN PROZENT

Produktionsgesellschaften	Hella-Bekto Industries d.o.o. (HBIN)	Bosnien und Herzegowina	70,0
	Induperm A/S (HIIN)	Dänemark	100,0
	HELLA Lighting Finland Oy (HLF)	Finnland	100,0
	HELLA Fahrzeugteile Austria GmbH (HFA)	Österreich	100,0
	HELLA Romania s.r.l. (HRO)	Rumänien	100,0
	HELLA Innenleuchten-Systeme Bratislava, s.r.o. (HISB)	Slowakei	100,0
	HELLA Slovakia Front-Lighting s.r.o. (HSKF)	Slowakei	100,0
	HELLA Slovakia Signal-Lighting s.r.o. (HSKS)	Slowakei	100,0
	HELLA Saturnus Slovenija d.o.o. (HSS)	Slowenien	100,0
	Manufacturas y Accesorios Eléctricos S.A. (MAESA)	Spanien	100,0
	HELLA Autotechnik spol. s.r.o. (HAT)	Tschechien	100,0
	HELLA Autotechnik Nova s.r.o. (HAN)	Tschechien	100,0

Gesellschaften ohne * werden vollkonsolidiert

Gesellschaften mit * werden unter Anwendung der at-Equity-Methode bilanziert

Vertriebsgesellschaften	HELLA N.V. (HBE)	Belgien	100,0
	FTZ Autodele & Værktøj A/S (FTZDK)	Dänemark	71,1
	HELLA A/S (HDK)	Dänemark	100,0
	HELLA S.A.S. (HFR)	Frankreich	100,0
	HELLA Limited (HLGB)	Großbritannien	100,0
	HELLA Ireland Limited (HIEL)	Irland	100,0
	HELLA S.p.A. (HIT)	Italien	100,0
	HELLA B.V. (HBVNBL)	Niederlande	100,0
	HELLANOR A/S (HELLANOR)	Norwegen	100,0
	HELLA Polska Sp. z o.o. (HPL)	Polen	100,0
	INTER-TEAM Sp. z o.o. (ITPL)	Polen	50,0
	HELLA OOO (HCIS)	Russland	100,0
	HELLA S.A. (HES)	Spanien	100,0
	HELLA CZ, s.r.o. (HCZ)	Tschechien	100,0
	Intermobil Otomotiv Mümesillik Ve Ticaret A.S. (IOTR)	Türkei	56,0
	HELLA Hungária Kft. (HHU)	Ungarn	100,0
	Sonstige Gesellschaften	Nordic Forum Holding A/S (NFH)	Dänemark
HELLA Engineering France S.A.S. (HEF)		Frankreich	100,0

BETEILIGUNGEN IN AMERIKA; IN PROZENT

Produktionsgesellschaften	HELLA do Brazil Automotive Ltda. (HBRA)	Brasilien	100,0
	HELLA Automotive Mexico S.A. de C.V. (HAM)	Mexiko	100,0
	HELLA Electronics Corporation (HEC)	USA	100,0
Vertriebsgesellschaften	HELLAmex S.A. de C.V. (HELLAMEX)	Mexiko	100,0
	HELLA Inc. (HIUSA)	USA	100,0
	Hella Mining LLC (HMUS)*	USA	60,0
Sonstige Gesellschaften	HELLA Centro Corporativo Mexico S.A. de C.V. (HCCM)	Mexiko	100,0
	HELLA Corporate Center USA, Inc. (HCCU)	USA	100,0

BETEILIGUNGEN IN ASIEN/PAZIFIK; IN PROZENT

Produktionsgesellschaften	HELLA Australia Pty Ltd. (HA/HAAU)	Australien	100,0
	Beifang HELLA Automotive Lighting Ltd. (HBL)	China	100,0
	Beijing SamLip Automotive Lighting Ltd. (BSL)*	China	49,0
	Changchun HELLA Automotive Lighting Ltd. (HCL)	China	100,0
	Changchun Hella Faway Automotive Lighting Co. Ltd. (HFL)*	China	49,0
	HELLA (Xiamen) Automotive Electronics Co. Ltd. (HAE)	China	100,0
	HELLA (Xiamen) Electronic Device Co. Ltd. (HEDCN)	China	100,0
	HELLA Changchun Tooling Co., Ltd. (HCT)	China	100,0
	HELLA China Holding Co., Ltd. (HCH)	China	100,0
	HELLA Shanghai Electronics Co., Ltd. (HSE)	China	100,0
	Jiaxing HELLA Lighting Co., Ltd. (HJL)	China	100,0
	HELLA India Automotive Private Limited (HIA)	Indien	100,0
	Hella India Lighting Ltd. (HIL)	Indien	81,9
	HELLA-New Zealand Limited (HNZ)	Neuseeland	100,0
	Hella-Phil., Inc. (HPI)	Philippinen	90,0
	HSL Electronics Corporation (HSL)*	Südkorea	50,0
	Mando Hella Electronics Corp. (MHE)*	Südkorea	50,0
Vertriebsgesellschaften	HELLA Trading (Shanghai) Co., Ltd. (HCN)	China	100,0
	HELLA Asia Singapore Pte. Ltd. (HSG)	Singapur	100,0
	HELLA Korea Inc. (HKI)	Südkorea	100,0
	HELLA Middle East FZE (HMEA)	Vereinigte Arabische Emirate	100,0
Sonstige Gesellschaften	HELLA Asia Pacific Pty Ltd. (HAP(H))	Australien	100,0
	HELLA Corporate Center (China) Co., Ltd. (HCCC)	China	100,0

BETEILIGUNGEN IN AFRIKA; IN PROZENT

Vertriebsgesellschaften	HELLA Automotive South Africa Pty. Ltd. (HASA)	Südafrika	100,0
--------------------------------	--	-----------	-------

Gesellschaften ohne * werden vollkonsolidiert

Gesellschaften mit * werden unter Anwendung der at-Equity-Methode bilanziert

Glossar

Assoziierte Unternehmen

Assoziierte Unternehmen sind solche Unternehmen, auf die der Konzern maßgeblichen Einfluss ausübt, über die er aber keine Beherrschung besitzt.

At Equity

Einbeziehung in den Konzernabschluss nach der Eigenkapitalmethode mit dem anteiligen Eigenkapital.

Compliance

Einhaltung von Vorschriften und gesellschaftlichen Normen

EBIT

Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern

EBIT-Marge

Umsatzrendite (Verhältnis vom EBIT zum Umsatz)

EBITDA

Ergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Ertragsteuern

EBITDA-Marge

Verhältnis vom EBITDA zum Umsatz

F&E

Forschung und Entwicklung

Gemeinschaftsunternehmen (Joint Ventures)

Gemeinschaftsunternehmen sind gemeinschaftliche Vereinbarungen, bei denen HELLA zusammen mit anderen Partnern die gemeinschaftliche Führung ausübt, verbunden mit Rechten am Eigenkapital der Vereinbarung.

IAS 19R

Der 2011 überarbeitete Rechnungslegungsstandard IAS 19 enthält Grundsätze zu Leistungen an Arbeitnehmer. Mit IAS 19R werden Leistungen an Arbeitnehmer (aus Anlass der Beendigung des Arbeitsverhältnisses) unmittelbar und vollumfänglich im sonstigen Ergebnis erfasst. Weitere Erläuterungen zu IAS 19R sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

IFRS 11

Der Rechnungslegungsstandard IFRS 11 enthält neue Grundsätze zur Klassifizierung und Bilanzierung gemeinschaftlicher Vereinbarungen. Weitere Erläuterungen zu IFRS 11 sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 5 enthalten.

KGaA

Abkürzung für „Kommanditgesellschaft auf Aktien“. Die KGaA verbindet Elemente einer Aktiengesellschaft mit denen einer Kommanditgesellschaft.

NAFTA

Abkürzung für North American Free Trade Agreement. Das Nordamerikanische Freihandelsabkommen ist ein Wirtschaftsverband zwischen Kanada, den USA und Mexiko und bildet eine Freihandelszone auf dem nord-amerikanischen Kontinent.

Rating

Das Rating bezeichnet im Kontext des Finanzwesens eine Methode zur Einstufung der Kreditwürdigkeit. Dieses Rating wird durch unabhängige Ratingagenturen auf Basis einer Unternehmensanalyse vergeben.

Segmentumsatz

Umsatz mit Konzernfremden und anderen Geschäftssegmenten

Segmentumsatz des Geschäftsbereiches

Umsatz mit Konzernfremden, anderen Geschäftssegmenten sowie anderen Geschäftsbereichen desselben Geschäftssegmentes

SOE, Special OE

Abkürzung für Special Original Equipment Bezeichnung der Speziellen Erstausrüstung bei HELLA. In HELLA Bereich erschließt HELLA systematisch Kundenzielgruppen außerhalb der automobilen Erstausrüstung, beispielsweise Hersteller von Caravans, Land- und Baumaschinen und Kommunen.

Impressum

Herausgeber

HELLA KGaA Hueck & Co.
Rixbecker Straße 75
59552 Lippstadt/Deutschland
www.hella.com

Der Bericht liegt in deutscher und englischer Sprache vor. Beide Fassungen stehen auch im Internet unter www.hella.de (Deutsch) und www.hella.com (Englisch) zum Download zur Verfügung.

Investor Relations

Carl Pohlschmidt
Tel. +49 2941 38-6653
Fax +49 2941 38-476653
carl.pohlschmidt@hella.com
www.hella.com

Gleichberechtigung ist für HELLA ein Grundprinzip. Nur zur leichteren Lesbarkeit werden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit dem Wort Mitarbeiter zusammengefasst. Gemeint sind immer Frauen und Männer gleichermaßen.

HIGHLIGHTS

2013/2014

Ein Blick auf das HELLA Geschäftsjahr 2013/2014: ein Jahr mit neuen Partnerschaften, innovativen Produktlösungen und herausragenden Leistungen.

JULI 2013



HELLA unterstützt Studierendenaustausch zwischen China und Deutschland: In Kooperation mit der Hochschule Hamm-Lippstadt und der Southeast University in Nanjing fand das erste HELLA Summer Camp statt.



Die Front des BMW 5er-Facelifts gestaltete HELLA zusammen mit BMW. Das Ergebnis sind markante LED-Scheinwerfer mit blendfreiem Fernlicht und dem unverwechselbaren Tag- und Nacht-Design.

SEPTEMBER 2013



In Rumänien waren HELLAner freiwillig für die Umwelt unterwegs. Im Rahmen von „Let's do it, Romania“ trafen sie sich am 28. September am Standort Timisoara, um verschmutzte Straßen und Wälder vom Müll zu befreien.

NOVEMBER 2013



HELLA eröffnet ein neues Elektronik-Entwicklungszentrum in Lippstadt. Fokus liegt auf den Bereichen Fahrerassistenz-Systeme und Energiemanagement, Lenkung, Komponenten sowie Karosserieelektronik.

DEZEMBER 2013



Ein neues Werk in Jiaxing/China stärkt die Präsenz von HELLA vor Ort. Entwickelt und produziert werden Lichtsysteme und -komponenten für den wachsenden chinesischen Pkw-Markt.

JANUAR 2014



HELLA weiht einen Produktionsstandort für Scheinwerfer und Heckleuchten in Irapuato/Mexiko ein. Das neue Werk setzt technologisch und ökologisch Maßstäbe, so ist es beispielsweise vollständig mit der effizienten LED-Industriebeleuchtung IL2 Plus von HELLA ausgestattet.



Jörg Buchheim und Markus Bannert werden in die Geschäftsführung berufen. Die damit einhergehende Verbreiterung der Führungsspitze trägt dem erfolgreichen Wachstums- und Internationalisierungskurs Rechnung.

FEBRUAR 2014



HELLA platziert erfolgreich eine Unternehmensanleihe über 300 Mio. Euro. Die Transaktion bietet zusätzliche Handlungsspielräume für anstehende Investitionen in das Wachstums- und Wettbewerbsfähigkeitsprogramm.

MÄRZ 2014



Nach einer gemeinsamen Kooperationsvereinbarung im Juni 2012 haben BAIC, einer der führenden chinesischen Automobilhersteller, und HELLA im März 2014 ein neues Joint Venture zur Entwicklung und Produktion von Lichtsystemen gegründet.

APRIL 2014



Die Gewinner stehen fest: Fünf Monate nach dem Startschuss für Driving e-innovation kürte die Jury am Hockenheimring die Siegerteams. Im Rahmen des onlinebasierten Ideenwettbewerbs waren Mitarbeiter aus aller Welt dazu aufgerufen, ihre Produktideen zu tragfähigen Geschäftsmodellen zu entwickeln.



HELLA präsentiert innovative LED-Beleuchtung auf der light + building. Das erweiterte Sortiment an Leuchten und Modulen unterstreicht den ganzheitlichen Ansatz, den HELLA mit verschiedenen Produktfamilien gezielt verfolgt.



HELLA erhält den PACE Award für den weltweit ersten LED-Matrix-Scheinwerfer mit blendfreiem Fernlicht. Diese Technologie ermöglicht das Fahren mit permanent eingeschaltetem Fernlicht, ohne andere Verkehrsteilnehmer zu blenden.



Der Automobilzulieferer HELLA eröffnet ein internationales Gäste-, Konferenz- und Sportzentrum am Unternehmenssitz in Lippstadt/Deutschland – das HELLA Globe.

MAI 2014



Der Betriebskindergarten „HELLA Kinderhaus“ feiert zehnjähriges Bestehen. Der Bau eines weiteren Kindergartens in Lippstadt/Deutschland ist in Planung.



In Lippstadt wird eine Straße nahe dem Hochschulcampus nach Dr. Arnold Hueck, dem langjährigen Gesellschafter von HELLA, benannt. Hueck prägte die strategische Ausrichtung von HELLA und war ein bedeutender Bürger der Stadt.



HELLA KGaA Hueck & Co.
Rixbecker Straße 75
59552 Lippstadt/Deutschland
Tel. +49 2941 38-0
Fax +49 2941 38-7133
info@hella.com
www.hella.com

© HELLA KGaA Hueck & Co., Lippstadt
920 999 035-973
Printed in Germany