

Inhalt

Das Unternehmen: Kurzprofil.....	2
Unternehmenshistorie.....	3
Business Groups: Licht, Elektronik und Lifecycle Solutions	4
Regionale Präsenz und Unternehmensstrategie	7
Unternehmensleitung.....	10
Wesentliche Finanzkennzahlen	11

Weitere Informationen erhalten Sie von:

Dr. Markus Richter
Unternehmenssprecher
Tel.: +49 (0)2941 38-7545
Markus.Richter@forvia.com

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

Das Unternehmen: Kurzprofil

HELLA ist ein börsennotierter, international aufgestellter Automobilzulieferer, der unter der Dachmarke FORVIA agiert. Innerhalb dieses faktischen Konzerns steht HELLA für leistungsstarke Lichttechnik sowie Fahrzeugelektronik. Zugleich deckt das Unternehmen mit seiner Business Group Lifecycle Solutions ein breites Service- und Produktportfolio für das Ersatzteil- und Werkstattgeschäft sowie für Hersteller von Spezialfahrzeugen ab. HELLA ist mit 36.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an über 125 Standorten weltweit aktiv und hat im Geschäftsjahr 2021/2022 einen Umsatz in Höhe von 6,3 Milliarden Euro erzielt.

Seit der Gründung des Unternehmens im Jahr 1899 ist die Innovations- und Technologieführerschaft ein wesentlicher Bestandteil der HELLA Strategie. Rund 10 Prozent des Umsatzes investiert HELLA jedes Jahr in die Entwicklung neuer Zukunftstechnologien; fast 8.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind weltweit im Bereich Forschung und Entwicklung tätig.

HELLA und Faurecia agieren unter der übergeordneten Dachmarke „FORVIA“; als faktischer Konzern bilden sie den weltweit siebtgrößten Automobilzulieferer sowie einen der globalen Marktführer in wachstumsstarken Technologiefeldern. Faurecia hält derzeit etwas mehr als 80 Prozent der Anteile an HELLA; auf dieser Grundlage werden beide Unternehmen weiterhin als eigenständige, börsennotierte Einheiten mit eigenen Kontrollgremien und Managementteams agieren.

FORVIA vereint die komplementären technologischen und industriellen Stärken von Faurecia und HELLA. Mit über 300 Industriestandorten und 77 F&E-Zentren, 150.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, darunter mehr als 35.000 Ingenieure, in über 40 Ländern, bietet FORVIA einen einzigartigen und umfassenden Ansatz für die Transformation der Mobilität. FORVIA besteht aus sechs Business Groups mit 24 Produktlinien und ist darauf ausgerichtet, bevorzugter Innovations- und Integrationspartner der Automobilhersteller weltweit zu werden. FORVIA versteht sich als Treiber des Branchenwandels, der die Mobilität von morgen in vorderster Reihe mitgestaltet.

Unternehmenshistorie

- 1899** Gründung der „Westfälischen Metall-Industrie Aktien-Gesellschaft“ in Lippstadt als Fabrik für Laternen, Scheinwerfer, Hörner und Beschläge für Fahrräder, Wagen und Automobile
- 1908** Das Warenzeichen „HELLA“ wird geschaffen und die erste Produktinnovation kommt auf den Markt – der Acetylen-Scheinwerfer „System HELLA“
- 1957** HELLA steigt in die Elektronik ein und produziert den ersten vollelektronischen Blinkgeber
- 1961** Beginn der Internationalisierung mit der ersten Auslandsfabrik
- 1984** Der Umsatz übersteigt erstmals die Milliardengrenze (in DM)
- 1971** Weltweit erste Zulassung für einen H4-Hauptscheinwerfer
- 1986** Umfirmierung in Hella KG Hueck & Co.
- 1992** HELLA gründet die erste Gesellschaft in Osteuropa
- 1999** Beginn der Netzwerkstrategie: Joint Venture mit der Firma Behr, anschließend Ausweitung der globalen Aktivitäten durch weitere Gemeinschaftsunternehmen, z.B. in China
- 2003** Umwandlung in eine Kommanditgesellschaft auf Aktien unter der Firmierung Hella KGaA Hueck & Co.
- 2013** HELLA bringt den weltweit ersten Matrix-LED-Scheinwerfer auf den Markt
- 2014** Schritt aufs Börsenparkett: Am 11. November werden HELLA Aktien zum ersten Mal an der Frankfurter Wertpapierbörse gehandelt
- 2016** Präsentation des MULTIBEAM LED-Scheinwerfers, ein Gemeinschaftsprodukt von HELLA und Daimler
- 2017** Umfirmierung des Unternehmens in HELLA GmbH & Co. KGaA
- 2018** Entwicklung eines umfassenden Lichtpaketes aus Front-, Heck und Innenbeleuchtung für den neuen Audi A8 in Zusammenarbeit mit Audi
- 2018** HELLA geht strategische Partnerschaften mit Plastic Omnium und Faurecia im Bereich der Karosserie- und Innenraumbeleuchtung ein
- 2020** HELLA gründet neues Gemeinschaftsunternehmen mit MINTH in China
- 2020** 77 GHz Radarsensor und innovativer „Welt-Scheinwerfer“ gehen erstmals in Serie
- 2022** Übernahme von HELLA durch Faurecia; als faktischer Konzern bilden sie den siebtgrößten Zulieferer weltweit und agieren unter der Dachmarke „FORVIA“

Business Groups: Licht, Elektronik und Lifecycle Solutions

Licht

Das Produktportfolio der Business Group Licht umfasst vier Produktlinien: Scheinwerfer, Heckleuchten, Karosseriebeleuchtung (einschließlich Radomen, illuminierten Logos sowie Panels) und Innenraumbelichtung. HELLA beliefert hierbei sowohl das Premium- als auch das Volumensegment; vor allem durch die langjährige Zusammenarbeit mit nahezu allen namhaften Erstausrüstern weltweit hat sich HELLA im Bereich anspruchsvoller Lichttechnologien eine starke Marktposition aufgebaut. Im Geschäftsjahr 2021/2022 hat die Business Group Licht einen Umsatz von 2,9 Milliarden Euro erwirtschaftet und beschäftigt zurzeit rund 18.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Die Innovationskraft von HELLA im Bereich der automobilen Lichttechnik durchzieht die Unternehmensgeschichte wie ein roter Faden, beginnend mit dem ersten Acetylen-Scheinwerfer im Jahr 1908. Es war die erste herausragende Produktinnovation des noch jungen Unternehmens. Neueste Meilensteine: die Entwicklung der digitalen, chipbasierten Scheinwerfersysteme SSL100 und Digital Light SSL | HD.

Der Clou des SSL100-Scheinwerfers: Sämtliche Lichtfunktionen, einschließlich gesetzlicher oder regionalspezifischer Anpassungen, werden ausschließlich über ein baugleiches, softwaregesteuertes Lichtmodul realisiert. Die digitale Steuerung kann jeden Pixel einzeln aktivieren und die gesamte Lichtverteilung den jeweiligen Anforderungen entsprechend abbilden. Eine Variantenvielfalt aus bis zu zwölf technisch unterschiedliche Scheinwerfertypen wird somit überflüssig. 2020 wurde das Lichtmodul SSL100 daher auch als „Welt-Scheinwerfer“ auf den Markt gebracht.

Das hochauflösende Matrix-LED-System Digital Light SSL | HD geht noch einen Schritt weiter. Mehr als 30.000 Pixel sind bei dieser Lichttechnologie intelligent und individuell ansteuerbar. So lassen sich neben der weiteren Verbesserung bereits etablierter Lichtfunktionen wie dem adaptivem, blendfreiem Fernlicht zusätzliche lichtbasierte Sicherheits- und Komfortfunktionen realisieren, etwa einen optischen Spurassistenten oder Coming- und Leaving-Home-Animationen. Erzeugt werden die Lichtpunkte von gerade einmal fingernagelgroßen Lichtquellen. Das steigert die Effizienz, reduziert Bauraum und schafft neue Gestaltungsmöglichkeiten. Das Digital Light SSL | HD ist im Sommer 2022 erstmalig in Serie gegangen.

Elektronik

Die Business Group Elektronik bei HELLA besteht aus den Produktlinien Automatisiertes Fahren (Radarsensorik und Lenkungselektronik), Sensorik und Aktuatorik, Karosserieelektronik (einschließlich Lichtelektronik und Zugangssysteme) und Energiemanagement. Im Juli 2020 hat HELLA zudem ein Global Software House gegründet. Es soll die unternehmensweiten Softwareaktivitäten in globaler Verantwortung koordinieren und neue softwarebasierte Geschäftsmodelle entwickeln. Im Geschäftsjahr 2021/2022 hat die Business Group Elektronik einen Umsatz in Höhe von 2,5 Milliarden Euro erzielt; rund 11.100 Beschäftigte sind in diesem Bereich tätig. Unter dem gemeinsamen Dach FORVIA werden der Elektronikbereich von HELLA und Faurecia Clarion Electronics intensiv zusammenarbeiten, um Synergien zu erzielen und das Geschäft auszubauen.

Elektroniklösungen von HELLA tragen dazu bei, die Mobilität sicherer, effizienter und komfortabler zu gestalten. Der Fokus liegt vor allem auf Komponenten für das automatisierte Fahren und die Elektromobilität. So ist HELLA beispielsweise das erste Unternehmen gewesen, das einen 24 GHz Automobilradar für Heckanwendungen auf den Markt gebracht hat. Heute ist HELLA Marktführer in diesem Bereich, mit über 30 Millionen gefertigten Sensoren auf 24 GHz Basis. 2020 folgte die nächste Produktgeneration: der 77 GHz. Als unverzichtbare Schlüsselkomponente für eine 360 Grad-Umgebungswahrnehmung realisiert dieser sowohl klassische Assistenzfunktionen als auch anspruchsvolle automatisierte Funktionalitäten, etwa für das automatisierte Parken oder für den Autobahnpiiloten.

HELLA begleitet Automobilhersteller darüber hinaus ganzheitlich auf dem Weg in die Elektromobilität und bietet hierfür ein umfassendes Produktspektrum für alle Stufen der Elektrifizierung: von Batteriesensorik für Mikrohybride (Start/Stop-Automatik) über Leistungselektronik für Fahrzeuge auf 48 Volt-Mildhybridbasis bis hin zu Batterieelektronik für Hochvoltanwendungen in Voll- und Plug-In-Hybriden sowie in vollelektrischen Fahrzeugen. Bereits 2010 hat HELLA den ersten Spannungswandler produziert; heute ist das Unternehmen Weltmarktführer für automobiltechnische DC/DC-Wandler mit jährlich mehr als 3,5 Millionen hergestellten Komponenten. 2016 ging das erste Batteriemanagementsystem für Elektrofahrzeuge in Serie; 2021 folgte die zweite Produktgeneration für einen deutschen Premiumhersteller. Auf dieser Basis positioniert sich HELLA auch als Anbieter von Subsystemen. Kernprodukt ist beispielsweise das

PowerPack 48 Volt. Es kombiniert einen 48 Volt Lithium-Ionen-Batterieblock inklusive Batteriemangement sowie DC/DC-Spannungswandler und kommt 2024 auf den Markt.

Lifecycle Solutions

Die Business Group Lifecycle Solutions besteht aus den drei Bereichen Independent Aftermarket, Werkstattausrüstung und Special Original Equipment. Zusammengefasst lag der Umsatz im Geschäftsjahr 2021/2022 bei rund 0,9 Milliarden Euro; etwa 4.200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind in der Business Group tätig. Die Business Group Lifecycle Solutions wird mit den entsprechenden Aktivitäten von Faurecia zusammenarbeiten, um Synergien zu erzielen und das Geschäft auszubauen.

Im freien Ersatzteilgeschäft ist HELLA in Europa wichtiger Partner des Ersatzteilgeschäftes und der freien Werkstätten. Über das Unternehmensnetzwerk sowie zusammen mit Partnern vertreibt HELLA ein Portfolio aus rund 42.000 fahrzeugspezifischen oder universell einsetzbaren Verschleiß-, Ersatz- sowie Zubehörteilen und bietet Kunden technischen Service und Verkaufsunterstützung auf höchstem Niveau. Darüber hinaus ist HELLA Servicepartner für Großhändler sowie Werkstätten.

Das Angebot hochwertiger Werkstattausrüstung wird über das Tochterunternehmen Hella Gutmann Solutions bereitgestellt. Das zugehörige Produkt- und Leistungsportfolio für Kfz- Werkstätten, Autohäuser und Kfz-Prüforganisationen konzentriert sich im Kern auf Fahrzeugdiagnose, Abgastest, Lichteinstellung, Kalibrierung, Systemprüfungen sowie auf die entsprechende Messtechnik. Neben diesem primär hardwaregetriebenen Kerngeschäft wird die Diagnosekompetenz von Hella Gutmann Solutions auch auf neue datenbasierte Services und Geschäftsmodelle übertragen.

Im Bereich Special Original Equipment entwickelt, fertigt und vertreibt HELLA Beleuchtungs- und Elektronikprodukte für Spezialfahrzeuge wie Bau- und Landmaschinen, Busse und Wohnmobile sowie für den Marinesektor. Zudem gehören auch verschiedene Kleinserienhersteller, etwa von Elektrofahrzeugen, zum Kundenstamm. Ausgangsbasis für innovative Produktlösungen ist vor allem die hohe technologische Kompetenz aus dem automobilen Kerngeschäft.

Regionale Präsenz und Unternehmensstrategie

Internationale Aufstellung

HELLA ist global aufgestellt, mit über 125 Standorten in rund 35 Ländern. Schon 1961 hat HELLA die erste Auslandsfabrik eröffnet; in China ist HELLA bereits Anfang der 1990er Jahre vertreten und ist kontinuierlich auch in andere Regionen expandiert. Die globale Präsenz des Unternehmens spiegelt sich daher auch in der Umsatzverteilung nach Regionen wider. Demnach hat HELLA im Geschäftsjahr 2021/2022 rund 57 Prozent des Umsatzes in Europa erwirtschaftet, 23 Prozent in den asiatischen sowie 21 Prozent in den amerikanischen Märkten erwirtschaftet. Diese Kundennähe ist für HELLA ein wesentlicher Erfolgsfaktor: So können Branchenveränderungen besser antizipiert und regional- bzw. kundenspezifische Lösungen zielgerichtet angeboten werden.

In Deutschland befinden sich neben dem Unternehmenssitz weitere zentrale Produktions- und Entwicklungsstätten. Darüber hinaus ist HELLA in Europa mit wesentlichen Produktions-, Entwicklungs- und Verwaltungsstandorten vor allem in Tschechien, der Slowakei, Slowenien, Österreich, Frankreich, Rumänien sowie Litauen vertreten. In Nord-, Mittel- und Südamerika fokussiert sich die HELLA Präsenz insbesondere auf die Länder USA, Mexiko und Brasilien. In Asien/Pazifik/Rest der Welt liegt der Fokus insbesondere auf China, Indien, Südkorea und Japan sowie Australien und Neuseeland. Ergänzt wird diese internationale Aufstellung durch ein engmaschiges Netzwerk aus weltweiten Vertriebsstandorten.

Unternehmensstrategie

Übergeordnetes Ziel des HELLA Konzerns ist profitables Wachstum. Um dieses Ziel zu erreichen, verfolgt das Unternehmen vier zentrale Stoßrichtungen: erstens die Absicherung und den Ausbau der eigenen Technologieführerschaft; zweitens die Sicherstellung der Marktführerschaft in priorisierten Geschäftsfeldern; drittens die Aufrechterhaltung eines stabilen und risikoreduzierten Geschäftsmodells sowie viertens die kontinuierliche Verbesserung der operativen Exzellenz.

Technologieführerschaft: HELLA strebt eine Technologieführerschaft an und richtet sich konsequent an den zentralen Markttrends der Automobilbranche aus: Autonomes Fahren, Effizienz und Elektrifizierung, Konnektivität/Digitalisierung sowie Individualisierung. Nicht stehen zu bleiben in der Entwicklung, Ideen auszuarbeiten und

in Serie zu bringen ist das, was das Unternehmen täglich antreibt. Rund 10 Prozent des Umsatzes investiert HELLA daher jedes Jahr in die Entwicklung neuer Zukunftstechnologien, 693 Millionen Euro waren es im Geschäftsjahr 2021/2022. Fast 8.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind weltweit im Bereich Forschung und Entwicklung für HELLA tätig, etwa jeder fünfte Beschäftigte weltweit.

Marktführerschaft: HELLA hat das Ziel, in jenen Feldern, in denen das Unternehmen tätig ist, unter den Marktführern zu sein. Das bedeutet: eine Position unter den führenden drei Anbietern. Denn so können vor allem die erforderlichen Skaleneffekte realisiert werden, um die eigene Wettbewerbsfähigkeit und Profitabilität weiter zu stärken. Dieses Ziel wird unter anderem auch durch die etablierte Netzwerkstrategie unterstützt, bei der HELLA gezielt Kooperationen mit anderen Unternehmen eingeht. So erschließt HELLA neue Technologien, realisiert Marktzugänge und schafft Synergien, bei gleichzeitig reduziertem Risiko.

Widerstandsfähiges Geschäftsmodell: HELLA verfügt dank der Technologieführerschaft über ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell. Ergänzt wird dieses durch einen risikominimierenden Ansatz. Dieser stellt eine ausgewogene und solide Geschäftsentwicklung sicher, die möglichst unabhängig ist von konjunkturellen Schwankungen oder Marktzyklen. Zum einen wird dies durch die internationale Aufstellung des Unternehmens und die Diversifizierung des Kundenportfolios erreicht. Da so die Abhängigkeit von einzelnen Kunden und Märkten reduziert wird, können potenzielle Nachfrageschwankungen in Teilen ausgeglichen werden. Zum anderen trägt auch die Business Group Lifecycle Solutions zu einer stabilen Geschäftsentwicklung bei, die über das automobiler Kerngeschäft hinausgehen. So unterliegt das Aftermarket-Geschäft vom Grundsatz her einer antizyklischen Logik: Wenn weniger neue Fahrzeuge nachgefragt werden, nimmt tendenziell der Reparatur- und Ersatzteilbedarf zu. Auch die Geschäftsaktivitäten im Bereich Special Original Equipment unterliegen aufgrund der heterogenen Produkt- und Kundenlandschaft teilweise anderen Nachfragezyklen als das automobiler Kerngeschäft.

Operative Exzellenz: Zugleich forciert HELLA eine kontinuierliche Verbesserung der operativen Exzellenz hinsichtlich aller Ebenen, Funktionen und Prozesse im Unternehmen. Die Initiativen umfassen unter anderem die Optimierung und Fokussierung der weltweiten Produktions- und Entwicklungskapazitäten, beispielsweise durch Automatisierung und Digitalisierung, Prozessstandardisierung sowie die systematische Förderung und Weiterbildung des Personals.

Nachhaltigkeit

Nachhaltiges Wirtschaften und verantwortungsvolles Handeln sind bei HELLA fest in den Unternehmenswerten verankert. Dabei berücksichtigt HELLA ökonomische, ökologische und soziale Faktoren in den Unternehmensentscheidungen und übernimmt Verantwortung für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Umwelt und Gesellschaft. Vor diesem Hintergrund intensiviert HELLA einerseits das eigene Engagement im Bereich Nachhaltigkeit kontinuierlich und hat im Geschäftsjahr 2021/2022 beispielsweise noch ambitioniertere Klimaziele beschlossen. Andererseits unterstützt das Unternehmen mit Produktlösungen, die zu einer sicheren und sauberen Mobilität beitragen, auch die eigene Kundenbasis bei der Erreichung ihrer Nachhaltigkeitsziele.

So sollen bis 2025 nunmehr alle HELLA Produktions-, Entwicklungs-, Vertriebs- und Verwaltungsstandorte weltweit CO₂-neutral fertigen und arbeiten. Dies soll insbesondere durch eine Verbesserung der Energieeffizienz in der Fertigung sowie die Umstellung der Energieversorgung auf erneuerbare Energiequellen erreicht werden. Dabei ist vorgesehen, den Strombedarf des Unternehmens bis 2025 vollständig aus erneuerbaren Energiequellen abzudecken. Bis 2030 soll zudem der Stromverbrauch in Relation zum Umsatz um mindestens 10 Prozent gegenüber dem Jahr 2019 reduziert werden. Darüber hinaus will HELLA bis spätestens 2050 eine klimaneutrale Lieferkette sicherstellen und Kunden durchgängig mit CO₂-neutralen Produkten beliefern. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2021/2022 hat HELLA erstmals Zwischenziele für die vor- und nachgelagerte Wertschöpfungskette verabschiedet. So plant HELLA, diese CO₂-Emissionen bis 2030 um 38 Prozent und bis 2045 um 90 Prozent zu senken.

Weiterhin sieht die Nachhaltigkeitsstrategie von HELLA vor, die Aktivitäten zur Wahrung von Umwelt- und Sozialstandards sowohl bei HELLA als auch in der eigenen Lieferkette weiter auszubauen. Dies umfasst unter anderem die Ausweitung von Vorgaben zur Einhaltung von Menschenrechten sowie die Weiterentwicklung von Gesundheits- und Arbeitssicherheitsstandards.

Unternehmensleitung

Geleitet wird das Unternehmen von der Hella Geschäftsführungsgesellschaft mbH unter Vorsitz von Michel Favre (Vorsitzender der Geschäftsführung, Einkauf, Qualität, Recht und Compliance). Weitere Mitglieder der Geschäftsführung sind Yves Andres (Licht), Dr. Lea Corzilius (Personal, Lifecycle Solutions), Bernard Schäferbarthold (Finanzen, Controlling, Informationstechnologie und Prozessmanagement) sowie Björn Twiehaus (Elektronik). Die Hella Geschäftsführungsgesellschaft mbH ist alleinige Komplementärin der Gesellschaft.

Seit 2003 ist HELLA eine Kommanditgesellschaft auf Aktien (KGaA). Diese Rechtsform spiegelt die wesentliche Leitlinie des eigenverantwortlichen Unternehmertums wider, da sie die Flexibilität einer Personengesellschaft mit dem Kapitalmarktzugang einer Aktiengesellschaft kombiniert. Im November 2014 ist HELLA an die Börse gegangen, die HELLA Aktie wird derzeit im MDAX gelistet. Das Grundkapital der HELLA GmbH & Co. KGaA beträgt 222.222.224 € und ist eingeteilt in 111.111.112 Stückaktien.

Im August 2021 ist bekanntgegeben worden, dass Faurecia das 60 Prozent-Aktienpaket übernehmen wird, das zuvor von den HELLA Poolaktionären gehalten wurde. Mit dem erfolgreichen Abschluss der Transaktion am 31. Januar 2022 ist Faurecia neuer Mehrheitsgesellschafter von HELLA. Insgesamt hält Faurecia zurzeit etwas mehr als 80 Prozent der Anteile an HELLA. Auf dieser Grundlage werden Faurecia und HELLA weiterhin als zwei rechtlich unabhängige Unternehmen mit eigenen Managementteams und Kontrollgremien unter der übergreifenden Dachmarke „FORVIA“ agieren.

Maßgebliches Kontrollorgan der HELLA GmbH & Co. KGaA ist der Gesellschafterausschuss, zusammen mit dem Aufsichtsrat die Geschäftsführung berät und über zustimmungspflichtige Maßnahmen der Geschäftsführung entscheidet. Dem Gesellschafterausschuss gehören mit Prof. Dr. Wolfgang Ziebart (Vorsitz), Judith Buss und Andreas Renschler drei externe Mitglieder an. Als Vertreter des Mehrheitsgesellschafters Faurecia sind Patrick Koller (CEO Faurecia), Nolwenn Delaunay (EVP, Group General Counsel & Board Secretary, Faurecia), Olivier Durand (EVP, Chief Financial Officer, Faurecia), Christophe Schmitt (EVP, Group Operations, Faurecia) sowie Jean-Pierre Sounillac (EVP, Group Human Resources, Faurecia) Mitglieder des Gremiums.

Wesentliche Finanzkennzahlen

Kennziffer <small>in Mio. Euro</small>	Geschäftsjahr 2021/2022	Geschäftsjahr 2020/2021	Veränderung
Umsatz <small>währungs- und portfoliobereinigt</small>	6.229	6.380	-2,4%
Umsatz <small>berichtet</small>	6.326	6.380	-0,8%
Operatives Ergebnis <small>bereinigt</small>	279	510	-45,4%
EBIT-Marge <small>bereinigt</small>	4,4%	8,0%	-3,6 Prozentpunkte
Operatives Ergebnis <small>berichtet</small>	278	454	-38,6%
EBIT-Marge <small>berichtet</small>	4,4%	7,1%	-2,7 Prozentpunkte
Ergebnis der Periode	184	360	-48,9%
Ergebnis je Aktie <small>in Euro</small>	1,63	3,22	-49,4%
Dividende je Aktie <small>in Euro</small>	0,49	0,96	-49,0%
Personal <small>(zum 31. Mai)</small>	36.008	36.500	-1,3%