

wtv.

K+S Gruppe

Media Call

9. Oktober 2017



K+S Gruppe

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Thorsten Boeckers, CFO

Jörg Bettenhausen, Head of Finance and Accounting

Fragen von

Marcus Pfeiffer, Hessischer Rundfunk

Klaus Max Smolka, FAZ

Sebastian Schmid, Börsen-Zeitung

Ruth Trer???, Mitteldeutscher Rundfunk

Panagiotis Koutoumanos, FNP

Vanessa Trzewik, PLATOW Brief

Markus Klausen, Dow Jones



www.world-television.com
London • Geneva • Madrid • Frankfurt • Barcelona • Zurich •

Tel: +44 (0)20 7243 7350
Email: askus@world-television.com

World Television Ltd
18 King William Street
London, EC4N 7BP

Registered in England
No. 2590549
VAT Reg: GB727 5196 14

Shaping 2030

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Sehr geehrte Damen und Herren, herzlich willkommen zu unserer heutigen Telefonkonferenz. Ich freue mich, Ihnen heute auch im Namen meiner Kollegen, des gesamten Vorstands, also unsere neue Strategie Shaping 2030 persönlich vorstellen zu können. Shaping 2030 ist das Ergebnis einer intensiven Arbeit des Vorstands und des Managementteams in den vergangenen sechs Monaten. Wir haben ein klares und ambitioniertes Ziel für die K+S Gruppe im Jahr 2030 entwickelt. Aber nicht nur das. Wir haben vor allem den Weg dorthin definiert, der die K+S in den kommenden Jahren stärker macht und den wir zukunftsorientiert weiterentwickeln wollen.

Auf Folie 4 wird deutlich, warum gerade jetzt der richtige Zeitpunkt für die neue Strategie ist. Wir sind nach der Umsetzung wichtiger Großprojekte einen großen Schritt weitergekommen und haben umfangreiche Investitionen erfolgreich abgeschlossen. Nun wenige Stichworte. Unser neues Kaliwerk Bethune in Kanada produziert seit Mai dieses Jahres. Die neue Hafenanlage in Vancouver ist in Betrieb und die ersten Züge rollen, um unsere Kunden beliefern zu können. Wir haben umfangreiche Maßnahmen zur Verbesserung der Abwassersituation an der Werra umgesetzt. Weitere innovative Anlagen wie die KKF stehen kurz vor ihrer Inbetriebnahme, kurzum, wir können unsere heimischen Anlagen ohne Produktionsunterbrechungen fahren. Die Realisierung weiterer Wachstumsoptionen im Salzgeschäft – denken Sie an unser Projekt in Australien – ist angestoßen. Mit der Erreichung dieser Meilensteine war es Zeit, den Blick weiter nach vorne zu richten und die Prioritäten für die kommenden Jahre festzulegen. Als neu formiertes Vorstandsteam haben wir einen tiefen Blick auf K+S geworfen und wollten eine offene Diskussion über die langfristigen Ambitionen für unser Unternehmen führen. Wir wollten prüfen, wie wir mit Blick auf unsere Kunden, die Mitarbeiter, die Aktionäre und die Gesellschaft den Wertbeitrag für alle Stakeholder weiter steigern können. Wir sind tief in die Themen eingestiegen. Wie entwickeln sich die Märkte? Welchen Einfluss haben Megatrends mit Digitalisierung, demografischer Wandel und die Entwicklung in den Schwellenländern auf unser Geschäft und wie können wir von ihnen stärker profitieren?

Unser Vorgehen sehen Sie auf Folie 5. Lassen Sie mich einiges vorwegnehmen. Es gab keine Denkverbote. Deshalb sind wir auch intensiv drauf eingegangen, unsere Fähigkeiten und unser Portfolio zu analysieren. Im Mittelpunkt stand unter anderem die Frage, was beherrschen wir richtig gut, was weniger gut, welche Wachstumsoptionen haben wir und können wir Alternativen zur Portfolioentwicklung identifizieren. Jede denkbare Option war auf dem Tisch und wurde gründlich analysiert und bewertet sowohl hinsichtlich ihrer Wirtschaftlichkeit als auch mit Blick auf ihre Nachhaltigkeit. Noch mal: Von Beginn an war es uns wichtig, ein wirklich offenes, ehrliches und faires Bild unserer aktuellen Situation zu bekommen.

Wo wir heute stehen, sehen Sie auf Folie 7. K+S hat starke Fähigkeiten und Kompetenzen. Wir sind bereits heute in vielen attraktiven Marktsegmenten führend: größter Salzproduzent weltweit, Spitzenposition bei kalium- und magnesiumsulfathaltigen Pflanzennährstoffen sowie weiteren Prämiumdüngemitteln. Wir haben unter Beweis gestellt, dass wir erfolgreich neue Märkte erschließen können und



www.world-television.com
London • Geneva • Madrid • Frankfurt • Barcelona • Zurich

Tel: +44 (0)20 7243 7350
Email: askus@world-television.com

World Television Ltd
18 King William Street
London, EC4N 7BP

Registered in England
No. 2590549
VAT Reg: GB727 5196 14

verfügen über ein großes und weltweit anerkanntes Know-how bei der Exploration und der Verarbeitung von Mineralien sowie bei den Projektumsätzen. Das sind Stärken, auf die wir auch künftig bauen können. Doch das ist nur die halbe Wahrheit. Uns wurde auch deutlich, dass in unserem Portfolio und unserer Organisation noch einiges an Verbesserungspotenzial steckt. Der aktuelle Verschuldungsgrad beschränkt unsere Möglichkeiten, Wachstum über unsere bestehenden Aktivitäten hinaus zu generieren. Das verwundert nach den großen Investitionen in den vergangenen Jahren natürlich nicht, weil gerade deshalb haben wir auch hier anspruchsvolle ???[04:23]. Auch wird K+S hauptsächlich als Anbieter von Standardprodukten wahrgenommen, Stichwort MOP, also Kaliumchlorid, und ???[04:33]. Die ganze und zugleich vielfältige Bandbreite unseres Portfolios ist zu wenig bekannt und wird bei der Bewertung von K+S auch nicht entsprechend eingepreist. Ich komme auf diesen Punkt gleich wieder zurück. Bei der Bewältigung ökologischer Herausforderungen haben wir Vieles erreicht, wenngleich noch zahlreiche Aufgaben auf uns warten. Aber auch hier müssen und können wir proaktiver und nachhaltiger werden und unsere Organisationsstruktur ist zu komplex. So haben wir in der Vergangenheit Synergiepotenziale noch nicht voll genutzt, auch aufgrund unserer zwei Säulenstruktur.

Und nun bitte zur Folie 8. Vor dem Hintergrund dieser Stärken und Schwächen haben wir einen neuen Blick auf unser Geschäft und seine Erfolgsfaktoren geworfen. Ich bin sicher, es wird einigen von Ihnen ein neues Bild über unsere K+S verdeutlichen. Dieses kann man mit einem Wort beschreiben: Kundenorientierung. Wir lösen uns aus der bis dato produktionsgesteuerten Systematik und setzen unsere Kunden in den Fokus. Standen bisher die beiden Geschäftsbereiche Kali- und Magnesiumprodukte sowie Salz im Zentrum der Betrachtungen, werden es künftig die folgenden vier Produktmarktsegmente sein: Agriculture, Industry, Communities und Consumer. Mit dieser neuen Perspektive, auch für die Landwirtschaft, die Industrie, die Städte und Gemeinden und die Endverbraucher entsteht ein neues Bild unseres Portfolios. Es verdeutlicht, wo wir den Schwerpunkt unseres Denkens und Handelns künftig bei K+S gemeinsam setzen werden. Ein Beispiel: Unser Standardprodukt Kaliumchlorid, also MOP, hat lediglich einen Umsatzanteil von rund 15 %, allein ein Drittel unseres Umsatzes, und der größte EBTA-Beitrag kam im vergangenen Jahr aus dem Geschäft mit Industriekunden. Für die Industrie produzieren wir viele margenstarke Spezialprodukte aus den Mineralien Kali und Salz. Diese waren bislang ???[06:48]. Ihr Werkbeitrag und ihr Potenzial sollen künftig deutlich besser sichtbar sein. Noch mal: Kundenorientierung wird in Zukunft bestimmen, wie wir an den Markt gehen, unser Portfolio betrachten und unser Geschäft führen. Um diesen Anspruch an uns selbst zu fokussieren, haben wir unsere Mission und Missionen für 2030 neu definiert.

Dazu mehr auf den folgenden Folien, Folie 10 und 11. Wir geben in unserer neuen Mission eine Antwort darauf, was wir tun und warum. Die Botschaft ist aus unserer Sicht klar und eindeutig. Wir bereichern das Leben mit unseren Produkten. Wir fördern und veredeln Mineralien und das tun wir nachhaltig. Wir konzentrieren uns auf vier Produktmarktsegmente und nennen diese ganz explizit. In unserer Vision, unserem Leitbild für 2030, wird deutlich, wie wir den Weg bis 2030 gestalten wollen.

Folie 11, bitte. Die Vision beschreibt unsere langfristigen Ambitionen, aus K+S ein Drei-Milliarden-Euro-EBTA-Unternehmen zu machen. Deshalb betonen wir ganz deutlich, wir



werden hier am stärksten auf Kunden fokussierte, eigenständige Anbieter von mineralischen Produkten sein und unser EBTA bis 2030 auf drei Milliarden Euro steigern. Indem wir diese Ambition formulieren und veröffentlichen, bringen wir vor allem den Anspruch an uns selbst zum Ausdruck. Wir wollen deutlich machen, dass K+S eine langfristige Wertperspektive hat, wenn wir systematisch unsere Organisation und unser Geschäft weiterentwickeln. Ein ambitioniertes Ziel, das uns allen Orientierung und zugleich Anspruch ist. Wir sehen dabei weiteres, erhebliches Potenzial in unserem Bestandsgeschäft, was wir nutzen können. Dies schließt ein klares Bekenntnis zu den Rohstoffen Kali und Salz sowie zu unseren deutschen und internationalen Produktionsstandorten ein. Wir wollen als ein Unternehmen denken und handeln. One Company heißt nicht allein, die Integration der Geschäftsbereiche Kali und Salz voranzutreiben, um weitere Synergien zu ???[09:13]. Es wird vor allem damit verbunden sein, als ein Team, eine K+S zu denken und zu handeln und vorhandene Silos aufzubrechen.

Lassen Sie mich nun auf Folie 12 einen Moment bei unseren Kunden bleiben. Wir haben unser Kundenversprechen für jedes einzelne Produktmarktsegment klar formuliert. Wir helfen Landwirten bei der Sicherung der Welternährung, wir bieten Lösungen, die Industrien am Laufen halten. Wir sorgen für Sicherheit im Winter und wir bereichern das Leben der Endverbraucher bei Lebensmitteln, der Wasserqualität in Häusern und Pools und durch Sicherheit im Winter.

Und nun bitte Folie 13. Meine Damen und Herren, Shaping 2030 kommt aber nicht allein unseren Kunden zugute, unsere Aktionäre profitieren von der Wertschöpfung durch die Hebung von messbaren Synergien und von profitablen Wachstumschancen. Unseren Mitarbeitern bieten wir attraktive Karrieremöglichkeiten. Sie werden von der reduzierten Komplexität der Organisation und damit in ihrem jeweiligen Arbeitsumfeld unmittelbar profitieren. Und unseren Nachbarn, also den Städten und Gemeinden im Umfeld unserer Standorte, rufen wir ein klares Bekenntnis zur Nachhaltigkeit und zu weiteren wertsteigernden Investitionen zu. Um unsere Ambition zu erreichen und um die beste Portfoliokombination zu schaffen, haben wir eine klare Roadmap für die weitere Umsetzung in den kommenden Jahren definiert.

Darauf möchte ich auf Folie 15 eingehen. Unser Weg hin zum Jahr 2030 besteht aus zwei Phasen. Bis Ende 2020 besteht die Phase 1 aus ???[11:11]formation. Danach beginnt Phase 2 mit einer klaren Ausrichtung auf Wachstum. Bevor wir auf dem Wachstumspfad durchstarten können, müssen wir zunächst unser Fundament stärken. Auch hier haben wir klare Ziele definiert. Wir wollen den Grad unserer Verschuldung bis Ende 2020 halbieren und im Jahr 2023 wieder ein Investment Rating erreichen. Denn da gehört das Unternehmen K+S auch hin. Wir werden deshalb in dieser ersten Phase Synergien mit einem positiven Ergebniseffekt von mindestens 150 Millionen Euro pro Jahr ab Ende 2020 heben. Unterstützt durch eine strikte Disziplin bei den Investitionsausgaben kehren wir mit 2019 zu einem positiven freien Cashflow zurück.

Lassen Sie uns auf Folie 16 die Phase 1 noch etwas genauer ansehen. Die Transformationsphase ist in zwei Schwerpunkte unterteilt. Wir werden unsere Organisation anpassen und Synergien heben. Top-down haben wir bereits ein erhebliches Ergebnispotenzial in unserem bestehenden Portfolio identifiziert. Wir können



unsere Produktionsprozesse weiter verbessern, auch durch den Einsatz digitaler Technologien. Zusätzlich werden wir den weltweiten Einkauf bündeln und das Potenzial des Rückstandssalzes prüfen, dass wir bislang aufhalten. Wir werden auch unseren Vertrieb stärken, Überschneidungen in der Lieferkette und in der Logistik abbauen und die allgemeinen Verwaltungskosten durch den Abbau von Doppelstrukturen senken. Das alles zusammengenommen wird zweifelsfrei kein leichter Weg sein. Aber wir sind entschlossen und motiviert, die gesetzten Ziele gemeinsam mit unserem engagierten Team zu erreichen. Das bedeutet auch, wir müssen Silos einreißen, die sich über die Jahre bei K+S entwickelt haben und zugleich darauf achten, dass keine neuen entstehen. Vereinfacht gesagt ein Unternehmen, ein Team, eine K+S. Noch mal: Wir wissen, das wird ein anspruchsvoller Weg sein und bedeutet ein hohes Maß an Veränderungsbereitschaft. Es ist aber eine wesentliche Voraussetzung für die Erreichung unserer Ziele. Kommen wir zu Phase 2, dem Wachstum.

Folie 17, bitte. Einige der größten Wachstumspotenziale sehen wir in den Bereichen Agriculture und Industry. Im Segment Agriculture werden wir unser Angebot bei Düngemittelspezialitäten ausweiten. Wir wollen hier insbesondere eine starke Marktposition im Bereich Fertigation entwickeln. Außerdem werden innovative und moderne Geschäftsmodelle wie zum Beispiel die Schaffung einer Plattform für den Handel in der Landwirtschaft in Afrika zu unserem Wachstum beitragen. So können wir unsere globale Reichweite erhöhen. Im Segment Industry konzentrieren wir uns auf die Stärkung unseres Portfolios bei Industrieprodukten. Dies ist ein Bereich, in dem wir bereits heute hohe Margen erzielen. Im Segment Consumer wollen wir neue wachstumsstarke Märkte erschließen, unsere starken [14:36]marken bieten, das Potenzial dazu sowohl im Industry- als auch im Consumer-Segment werden wir unsere geografische Reichweite erhöhen und unser Angebot ausweiten, speziell in Asien. Alles zusammengenommen heißt das: Wir werden wesentlich unabhängiger von externen Faktoren wie dem Wetter und dem Weltmarktpreis für Kaliumchlorid werden. Denn durch den Aufbau des Spezialitätengeschäfts wird der Anteil unserer MOP und Aufbausalzaktivitäten auf rund ein Viertel unserer Gesamtaktivitäten abnehmen. Bitte sehen Sie es mir heute noch nach, wenn wir in den einzelnen Darstellungen noch etwas pauschal bleiben müssen. Eines möchte ich aber vor diesem Hintergrund ganz deutlich herausstellen: Wir haben sehr konkrete Vorstellungen zu einzelnen Wachstumsoptionen und keine der genannten Wachstumsoption ist so dominant, dass der Erfolg unserer neuen Strategie Shaping 2030 davon abhängt. Das macht unsere Strategie so stark. Davon bin ich, sind wir gemeinsam überzeugt.

Meine Damen und Herren, auf der nächsten Folie Nr. 18 komme ich auf ein Thema zu sprechen, das mir besonders wichtig ist, Nachhaltigkeit. Nachhaltigkeit bedeutet insbesondere für uns als Bergbauunternehmen Zukunftsfähigkeit. Wir übernehmen Verantwortung gegenüber Menschen, Umwelt und bekennen uns zu den Grundsätzen der Geschäftsethik [16:07].

Wir haben uns ehrgeizige Ziele gesetzt, die ich Ihnen auf Folie 19 vorstellen möchte. Wir wollen uns in den Bereichen Gesundheit und Arbeitssicherheit weiter verbessern. Ebenso wollen wir die Menge an Salzabwässern reduzieren. Konkret bedeutet dies auch, K+S wird die Versenkung von salzhaltigen Prozessabwässern aus der Kaliproduktion in Deutschland bis Ende 2021 einstellen. Noch mal: Das ist ein konkretes Ziel, welches wir



erreichen wollen. Deshalb werden wir auch keinen neuen Antrag auf Versenkung stellen. Sie sehen, unsere Nachhaltigkeitsziele sind definiert und wir werden diese im Laufe des Jahres 2018 noch weiter mit konkreten und messbaren Kennzahlen hinterlegen. Wir machen Fortschritte und Ergebnisse transparent.

Meine Damen und Herren, lassen Sie mich bitte abschließend mit Folie 20 zusammenfassen. Unsere neue Gruppenstrategie bringt K+S auf einen ambitionierten robusten und nachhaltigen Wachstumskurs. Wir bauen auf unsere Fähigkeiten, unser Know-how und unsere starke Marktposition. Wir nutzen die Chancen ???[17:23] Megatrend. Daraus ergeben sich sowohl für unser Bestandsgeschäft als auch in neuen Geschäftsfeldern attraktive Wachstumsoptionen. Auf der anderen Seite adressiert Shaping 2030 auch unsere Herausforderung. Wir werden Synergien heben und unsere Bilanz stärken. Unseren geschäftlichen Herausforderungen begegnen wir mit einem klaren Bekenntnis zur Nachhaltigkeit der Orientierung an den Stakeholdern und einen großen Schub beim Thema Innovation. Und wir werden eine One Company sein und unsere Organisation auf unsere Kunden in den Produktmarktsegmenten ausrichten. Der Vorstand, unser Führungsteam von K+S, sind sich darin einig, dass dies der richtige Weg ist. Wir beginnen im Jetzt mit der Umsetzung der neuen Strategie und werden es gemeinsam im Interesse aller Stakholder schaffen. Und nun bedanke ich mich bei Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit und ich freue mich auf Ihre Fragen.

.....

Fragen und Antworten

Telefonistin

Vielen Dank! Sie haben jetzt die Möglichkeit, Ihre Fragen zu stellen. Bitte drücken Sie hierzu die Tastenkombination *1 auf Ihrer Telefontastatur. Möchten Sie Ihre Frage wieder zurückziehen, drücken Sie die Tastenkombination *2. Um Ihre Frage zu stellen, werden Sie von uns aufgerufen. Einmal zur Erinnerung: Falls Sie eine Frage stellen möchten, drücken Sie bitte die Tastenkombination *1 auf Ihrer Telefontastatur. Die erste Frage kommt von Herrn Marcus Pfeiffer vom Hessischen Rundfunk, bitteschön.

.....

Marcus Pfeiffer, Hessischer Rundfunk

Schönen guten Tag, Herr Lohr, Marcus Pfeiffer hier vom Hessischen Rundfunk. Natürlich interessiert uns beim HR besonders die Rolle der hessischen Standorte, Silos einreißen, Synergieeffekte heben, was bedeutet denn das konkret für die hessischen Standorte, was soll da passieren, wie werden die Mitarbeiter vorbereitet und was bedeutet das möglicherweise auch für Arbeitsplätze?

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Ja, Herr Pfeiffer, vielen Dank, für die Frage. Zunächst mal ist die neue Strategie ein klares Begrenzen zu allen Standorten. Und vor allen Dingen auch für den deutschen Standort. Warum stelle ich das so raus? Weil aus unterschiedlichsten Gründen das



offensichtlich nicht jedem so klar war. Wir haben – da machen wir keinen Hehl draus – Umweltthemen zu lösen gehabt. Ich denke, auf dem Weg sind wir ein großes Stück weitergekommen. Und für unsere Salzkollegen stand auch die Frage im Raum, gibt es hier womöglich ein abspaltendes Salzgeschäft. Beide Fragen sind beantwortet. Wir wollen alle Standorte bis zum Ende ihrer ???[20:16]keit fahren. Und das gilt für Kali und für Salz. Wenn wir über Synergien sprechen, dann sprechen wir im Wesentlichen über das, was wir zwischen diesen beiden Geschäftsbereichen bisher liegen lassen haben. Denn beide haben sich weitestgehend voneinander unabhängig organisiert. Und wenn wir Effizienzfortschritte finden, unter Tage zum Beispiel – und ich glaube, darauf richtet sich Ihre Frage auch aus –, dann geht es hier weniger um die Frage von Personalabbau, sondern mehr um die Frage, die Produktion aufrechtzuerhalten vor dem Hintergrund ständig schwindender Fachkräfte. Und aus dem Gesichtspunkt sollten wir die Sachen betrachten.

.....

Marcus Pfeiffer, Hessischer Rundfunk

Also keine Arbeitsplätze durch die Synergieeffekte, die abgebaut werden, sondern die Mitarbeiter können sich auf mehr freuen – haben Sie schon gesagt. Was kommt denn auf die Mitarbeiter jetzt insgesamt zu?

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Ja, das ist die Strategie und jetzt – Sie kennen ja sicherlich den Spruch Structure follows its strategy –, wir arbeiten jetzt an der dazu passenden Organisation. Wir können noch nicht sagen, was im Detail für jeden Einzelnen das Ergebnis daraus ist. Wir merken aber schon, dass wir bei unseren Führungskräften – ich möchte sagen – eine Begeisterung ausgelöst haben und wir erarbeiten das gemeinsam und werden dann konkret sagen können, was das für den Einzelnen bedeutet.

.....

Marcus Pfeiffer, Hessischer Rundfunk

Also erst mal wird das Ganze jetzt noch erarbeitet. Und wann wird das ungefähr sein, dass Sie dann da auch sagen können, okay, was bedeutet das für die Mitarbeiter?

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Das wird im Laufe des Jahres 2018 der Fall sein.

.....

Marcus Pfeiffer vom Hessischen Rundfunk

Ach so. 2018, alles klar.

.....



Dr. Burkhard Lohr, CEO

Wir reden hier über die Strategie und ich hoffe, dass Sie nicht die Erwartung hatten, dass wir jeden einzelnen Punkt bis zum letzten Detail schon durchgebahnt haben. Das ist jetzt der nächste Schritt.

.....

Marcus Pfeiffer, Hessischer Rundfunk

Okay. Wunderbar. Vielen, vielen Dank!

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Ich danke Ihnen, Herr Pfeiffer.

.....

Telefonistin

Die nächste Frage kommt von Herrn Klaus Max Smolka von der FAZ. Bitteschön.

.....

Klaus Max Smolka, FAZ

Ja, guten Tag, Herr Lohr. Smolka aus Frankfurt. Vielen Dank für die Gelegenheit heute, mit Ihnen zu sprechen. Herr Lohr, Strategie ist im Großen und Ganzen jetzt Kontinuität und Sie stellen eine Reihe von feinen Schrauben. Am meisten sticht sich aus meiner Warte hervor vielleicht die Kundenfreundlichkeit. Da frage ich mich, wie kann es sein, dass ein Unternehmen wie das Ihre in all den Jahren zuvor nicht die Kundenfreundlichkeit ausgereizt hat? Dankeschön.

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Ja, Herr Smolka, vielen Dank für die Frage. Also ich würde das nicht als Kontinuität bezeichnen. Die Veränderungen, die wir darstellen, sind große Veränderungen für K+S. Und die Orientierung am Kunden ist für Bergbauunternehmen auch eine große Veränderung. Gucken Sie sich die Bergbauunternehmen dieser Welt an, die sind im Wesentlichen produktionsgetrieben, mit dem Ziel, Kostenführer zu werden. Und daraus ergeben sich die hohen Volatilitäten in den Märkten. Wir drehen das Spiel um, machen dadurch zunächst mal viel transparenter, was wir eigentlich tun, wir sind eben nicht nur ein Kaliumchlorid-Produzent mit angehängter Aufbausatzabteilung, sondern wir machen viel mehr. Das bedeutet große Veränderungen für das Unternehmen unter dem Gesichtspunkt One Company, also im Zusammenführen der beiden Priors???[24:04] ist die nächste große Veränderung zu sehen. Und ich glaube auch, in der Art und Weise, wie wir das konkret machen, wie wir das Thema Nachhaltigkeit angehen wollen, sehen wir eine weitere große Veränderung für das Unternehmen. Also die Interpretation müssen Sie letztlich machen, aber für mich ist das deutlich mehr als Kontinuität.



.....

Klaus Max Smolka, FAZ

Die Frage ist halt, wie eine solche Kundenorientierung, die ja für ein Großunternehmen selbstverständlich sein sollte, auch wenn Sie – wie Sie sagen – aus dem Bergbau kommen und das noch nicht so eingefleischt ist. Trotzdem, von einem Unternehmen wie dem Ihren hätte ich erwartet, dass Kundenorientierung schon lange an erster Stelle steht. Ich frage mich, wie ein Management das so hat vernachlässigen können?

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Lassen Sie mich das an einem Beispiel noch mal klarmachen: In unserem Produktmarktsegment Industry, da verbergen sich viele tausend Anwendungen und ich schätze mal, Sie waren auch überrascht, zu sehen, dass wir damit 1,1 Milliarden Umsatz gemacht haben im Jahr 2016 und den höchsten Anteil des EBK???[25:20]-Geschäftes. Wenn ich die beiden Säulen Kali- und Magnesiumprodukte und Salz nehme, bespielen wir dieses Produktmarktsegment aus mehreren Bereichen. Im Kali gibt es ein Industriegesamt, im Salz mehrere sogar, eins bei Morton, eins bei esco. Und wenn wir das zusammenführen, bringt das – das ist, glaube ich, mehr offensichtlich – eine deutlich größere Stärke in die Märkte, als wir das bisher konnten. Wenn wir fragen, wie konnte das so weit kommen, dann muss man sich die Historie des Unternehmens angucken, wir bestehen ja aus einer Reihe von Akquisitionen und Großprojekten ???[26:02]. Europäisches Salz-Geschäft, europäisches Kali-Geschäft ist die Grundlage, dann kamen die Akquisitionen in Chile dazu mit Morton, die größte Akquisition der Unternehmensgeschichte mit Bethune, das größte Werk der Unternehmensgeschichte. Und jetzt haben wir investiert. Jetzt geht es darum, erst mal sich dem neuen Trend zu stellen, Digitalisierung war vor einigen Jahren zum Beispiel nicht ein solches Thema, wie es heute ist. Und die Lehren daraus zu ziehen. Und das machen wir gerade.

.....

Klaus Max Smolka, FAZ

Danke sehr.

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Vielen Dank, Herr Smolka.

.....

Telefonistin

Die nächste Frage kommt von Herrn Sebastian Schmid von der Börsen-Zeitung, bitteschön.

.....



Sebastian Schmid, Börsen-Zeitung

Ja, guten Tag, Herr Lohr, vielen Dank auch, dass man Fragen stellen kann. Zunächst: Sie haben sich relativ weitreichende Ziele gesetzt und ich weiß, im Bergbau sind ???[26:54] vielleicht weiter nach vorne, da sind längerfristige Planungen wichtig. Andererseits haben Sie natürlich sehr viel kurzfristige Volatilität und Ihre Schätzungen nehmen doch ein sehr lineares Wachstum an aus meiner Sicht. Ich habe mir auch die Präsentationen an die Investoren angeguckt und die Umsatzentwicklung ist ja in allen Bereichen stark positiv, also deutlich stärker in ihrer Erwartung, als das sicherlich im globalen Wachstum sein wird. Ich glaube, 6 % an Community ist das schwächste Wachstumsfeld, alles andere noch mehr. Da fragt man sich schon, wo das herkommen soll und vor allem, weil Sie ja Ihre Wachstumsinitiative erst ins nächste Jahrzehnt verlegen wollen und jetzt sozusagen die Umsetzung erst mal der neuen Ausrichtung anstehen soll. Ja, wie haben Sie das nach innen verkauft, dass Sie jetzt erst mal zwei/drei Jahre sich sortieren und dann die Chancen wahrnehmen wollen, die Sie jetzt sehen, aber die vielleicht in zwei/drei Jahren nicht mehr dieselben sind? Es sind doch lange Zeiträume in der weltwirtschaftlichen Entwicklung – würde ich sagen – gerade heutzutage.

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Ja, ...

.....

Sebastian Schmid, Börsen-Zeitung

Ja, Sie haben den ersten Teil – das verstehe ich schon. Ich verstehe, wie Sie sich da als eine Company organisieren wollen, wie/was Sie jetzt an Synergien heben wollen, das ist klar. Den Cashflow wieder voranbringen. Aber wie können Sie den zweiten Teil versprechen, wenn das noch so lange hin ist?

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Ja, vielen Dank. In der Frage stecken eine ganze Menge Fragen. Ich versuche, die mal zusammenzuführen und abzuarbeiten. Also wir brauchen diesen längerfristigen Horizont. Es hätte keinen Sinn gemacht, eine Strategie zu entwickeln für das Jahr 2020 zum Beispiel. Wir sind ein Bergbauunternehmen und von der ersten Idee bis zum ersten Produkt in Kanada zum Beispiel, da liegen gerne sieben/acht Jahre dazwischen. Und wenn sie das gesamte Unternehmen auf neue Füße stellen müssen, brauchen sie in unserem Falle – das geht in anderen Branchen schneller –, da brauchen wir auch eine Perspektive, die so um diese 13 Jahre liegt. Uns ist natürlich klar, dass wir auf diesem Weg auch einzelne Anpassungen machen müssen, weil sich die Rahmenbedingungen ändern, aber das ist das Interessante gerade an der Strategie, sie besteht aus so vielen Säulen und aus einem starken Basisgeschäft. Etwa zwei Drittel dessen, was wir uns vornehmen für 2030, haben wir heute schon in den Händen. Und da sind Anpassungen möglich. Also wenn wir zum Beispiel alles auf eine Karte gesetzt hätten und wir gesagt



hätten, wir fahren eine neue Säule hoch, das wäre binär gewesen. Entweder es funktioniert oder nicht. Hier haben wir etwas, was aus vielen einzelnen Teilen besteht und was geradezu anpassungsfreundlich ist. Und zur Frage, wie wir wachsen wollen, da müssen wir genau hinschauen. Wenn man natürlich vergleicht zwischen 2016 und 2030, muss man sich im Klaren sein, dass 2016 ein ganz, ganz schwieriges Jahr für uns war. Wir konnten unsere deutschen Kapazitäten nicht komplett ausfahren wegen umweltrechtlicher Themen, es war noch keine Tonne in Kanada produziert und alleine aus dem Hochfahren unseres Werkes in Kanada, die drei Millionen, von knapp drei Millionen Tonnen, die wir bis 2023 sehen wollen, kommt ja schon ein gewaltiges Wachstum, was sich einstellen wird, was keiner großen weiteren Maßnahmen bedarf. Dann werden wir bis zum Jahr 2023 wieder im Investment-Projektbereich sein. Und die freien Cashflows, die da nennenswert sein werden, investieren in Wachstumsoptionen. Vorbereiten tun wir die jetzt schon wie zum Beispiel unsere Handelsplattform in Afrika. Wir sind schon in Uganda und reden mit Partnern. Und das kann einen gewaltigen Hebel haben, denn es gibt keinen Grund, dass wir ???[30:47] Sahara nicht genauso viel Düngemittel konsumiert wird wie in Brasilien zum Beispiel. Heute ist das ein Zehntel – wenn überhaupt. Und so kann man Position für Position durchgehen und wird feststellen, dass das alles auf sehr soliden Annahmen beruht und keine aggressiven und überdeutlich über dem Markt liegender Wachstumsannahmen bedarf. Ich hoffe, dass ... Ach so und dann haben Sie noch gefragt, wie kriegen Sie das intern verkauft. Wir haben vor zwei Wochen eine Führungskräftetagung gehabt. Die Begeisterung war überschwänglich, denn alle erkennen, das ist genau der richtige Weg. Das beantwortet alle Fragen, wie ich eingangs schon mal gesagt habe, was passiert mit dem Salz, was passiert mit deutschen Standorten, mit internationalen Standorten. Und jeder fühlt sich gut mitgenommen. Insofern bedarf es gar nicht mehr viel, nur die Begeisterung auf dem Niveau zu halten. Und deswegen sage ich, wir werden das schaffen.

.....

Sebastian Schmid, Börsen-Zeitung

Letzte Frage dann: Intern okay. Das ist natürlich auch eine gewisse Beruhigung, dass sich nicht so wahnsinnig viel ändert. Sie hätten ja auch einen Spartenverkauf oder anderes überlegen können. Bei den Investoren ist jetzt eher Ernüchterung angesagt. Ich glaube, 5,5 % aktuell unten die Aktie. Fehlt denen die Weitsicht, oder?

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Gut, das ist eine schwierige Frage. Aber zunächst noch mal zu der ebenso mit eingeschungenen Frage: Ja, wir haben uns auch mit einem möglichen Verkauf von Teilen des Unternehmens beschäftigt, und zwar ernsthaft. Wir haben dann geguckt, wie ???[32:34] das Unternehmen aus, wie könnten wir die Verkaufserlöse optimal investieren. Und in jedem Fall war das Ergebnis deutlich schlechter als das, was wir Ihnen jetzt hier präsentieren. Also wir haben das Ergebnis auch schon geprüft. Ja und die Märkte kritisiert man besser nicht, die Kapitalmärkte, aber es ist nun so, dass immer mal so die, so ein paar Elemente aus den ersten Jahren da kombinieren. Auch zu dem haben wir heute den Weg begonnen, den ersten Schritt gemacht, ich bin mir sicher, bei den nächsten Schritten nehmen wir auch den Kapitalmarkt wieder mit.



.....

Sebastian Schmid, Börsen-Zeitung

Okay. Vielen Dank!

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Ich danke Ihnen.

.....

Telefonistin

Die nächste Frage kommt von Frau Ruth Trer??? vom Mitteldeutschen Rundfunk, bitteschön.

.....

Ruth Trer???, Mitteldeutscher Rundfunk

Hallo, Herr Dr. Lohr, ich habe Nachfragen zum Thema Umwelt. Zum einen habe ich auf den Folien was gesehen von Optimierung von Rückstandshalden. Da würde mich Näheres interessieren. Und zum anderen haben Sie auch gesagt, weitere Reduzierung der Salzabwässer, keine Versenkung mehr, die würden Sie wahrscheinlich auch nach '21 nicht mehr genehmigt bekommen. Da ist ja das Limit erreicht – denke ich. Aber haben Sie mit der KKF-Bahn Ihre Ziele zur Reduzierung der Salzabwässer erreicht oder geht das noch weiter?

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Also danke für die Fragen. Ich fange mal mit dem an, was Sie gleich ausgeklammert haben. Ja, wahrscheinlich wird es keine Genehmigung mehr geben, aber ich denke, es gehört zu unserem Gesamtpaket dazu, dass wir auch voll darauf setzen und auch keinen Antrag mehr stellen und uns intensiv damit beschäftigen, wie geht es dann nach dem Jahr 2021 weiter. Und wir haben da gute Ideen und ich denke, es wird Lösungen geben, die uns in die Lage versetzen, ohne Versenkung weiter voll produzieren zu können. Zu den anderen beiden Themen haben wir uns bewusst aus dem Fenster gehängt, ohne die genaue Lösung schon zu haben, aber wir sind uns sicher, dass wir Lösungen erarbeiten werden. Da stehen Rückstandshalden und vielleicht gibt es andere Möglichkeiten als sie nur abzudecken. Und wenn es nur Teile dessen sind. Und wir wollen das auch nicht nur im eigenen Saft???[34:50] machen, wir werden eine sogenannte Schwarmintelligenz nutzen. Wir wollen im Internet einen Ideenwettbewerb ausloben und mal schauen, ob es da draußen jemanden gibt, der bessere Ideen hat. Wir parallel dazu arbeiten selbst auch an Möglichkeiten, denn letztlich ist das ja ein Salz mit weiteren Bestandteilen und wir haben ja auch noch Kollegen, die so was aus Bergwerken herausholen, um dann an die Märkte zu bringen. Also vielleicht wird da ein Schuh draus. Und wir halten Sie darüber informiert. Über die weiteren Salzabwasserreduktionen: Auch da, das geht über das, was



www.world-television.com
London • Geneva • Madrid • Frankfurt • Barcelona • Zurich

Tel: +44 (0)20 7243 7350
Email: askus@world-television.com

World Television Ltd
18 King William Street
London, EC4N 7BP

Registered in England
No. 2590549
VAT Reg: GB727 5196 14

wir mit der KKF erreichen werden, hinaus. Wir arbeiten mit einem externen Ingenieurbüro zurzeit zusammen und arbeiten an ganz interessanten Ansätzen. Auch hier haben wir noch keine Lösungen, aber wir werden im nächsten Jahr – da war ein Teil meiner Rede damit gemeint – konkreter werden, was wir uns darunter vorstellen und was das Ziel ist, bis wann. Und damit haben wir, wenn Sie so wollen, das Thema Nachhaltigkeit auch mal umgedreht, indem wir viele definieren und jetzt liefern werden.

.....

Ruth Trer???, Mitteldeutscher Rundfunk

Darf ich noch mal nachfragen? Sie hatten im Sommer angekündigt, dass Sie mit der Gemeinde Gerstungen im Gespräch sind, außergerichtlich eine Lösung zu finden für deren Sorgen ums Trinkwasser, sind Sie da weiter? Das war ja für Herbst angekündigt. Herbst ist ja noch ein bisschen.

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Nein, das war, Ziel war immer, bis zum Jahresende eine Einigung zu haben und das sieht sehr gut aus.

.....

Ruth Trer???, Mitteldeutscher Rundfunk

Okay.

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Ja?

.....

Ruth Trer???, Mitteldeutscher Rundfunk

Da gibt es ja noch keine Details?

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Nein, wir reden über die Strategie der K+S.

.....

Ruth Trer???, Mitteldeutscher Rundfunk

Ja.

.....



Dr. Burkhard Lohr, CEO

Aber zu gegebener Zeit werden wir dann noch mal konkreter.

.....

Ruth Trer???, Mitteldeutscher Rundfunk

Dankeschön.

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Ich danke Ihnen.

.....

Telefonistin

Die nächste Frage kommt von Herrn Panagiotis Koutoumanos von der Frankfurter Neuen Presse. Bitteschön.

.....

Panagiotis Koutoumanos, FNP

Ja, guten Tag allerseits. Vielen Dank für die Möglichkeit, noch Fragen zu stellen. Ich habe tatsächlich noch einige. Ich will noch mal sicherstellen zum Thema Stellenabbau. Ich habe den Eindruck, dass Sie da ein bisschen versucht haben, Klippen da zu umschiffen, ein bisschen laviert haben. Also noch mal: Können Sie die klare Aussage treffen, es wird in der Transformationsphase, also bis Ende 2020 keinen Stellenabbau geben hier in Deutschland, auch keinen sozialverträglichen? Das wäre meine erste Frage.

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Können wir es so machen, dass ich eine Frage nach der anderen beantworte?

.....

Panagiotis Koutoumanos, FNP

Ja, natürlich. Ja, natürlich. Bitte.

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Es wird nachher ein bisschen schwierig, ...

.....

Panagiotis Koutoumanos, FNP

Ja, ja verstehe ich.



.....
Dr. Burkhard Lohr, CEO

... sich zu erinnern.

.....
Panagiotis Koutoumanos, FNP

Sehr gerne.

.....
Dr. Burkhard Lohr, CEO

Also die Frage vorher bezog sich auf die hessischen Standorte. Und da bin ich mal von den Produktionsstandorten ausgegangen. Auch da habe ich keinen Personalabbau ausgeschlossen, aber in dem Betrachtungszeitraum, über den wir reden, werden in Deutschland mehrere Millionen Fachkräfte fehlen. Und wenn sie Ideen finden, dann geht es eher darum, die Produktion aufrechtzuerhalten trotz Fachkräftemangel als im Groben ???[38:02] Personal abzubauen. Wenn wir jetzt über das Gesamte sprechen, über das gesamte Unternehmen, kann ich natürlich keinen Personalabbau ausschließen. Also ...

.....
Panagiotis Koutoumanos, FNP

???[38:11]. Sie können lediglich weder für die hessischen Produktionsstandorte noch für die gesamten deutschen Standorte noch für die weltweiten Standorte einen Stellenabbau abschließen?

.....
Dr. Burkhard Lohr, CEO

Ausschließen.

.....
Panagiotis Koutoumanos, FNP

Ja.

.....
Dr. Burkhard Lohr, CEO

Nein. Kann ich nicht.

.....
Panagiotis Koutoumanos, FNP



Nein. Okay. Und haben Sie in der sechsmonatigen Analysephase auch irgendwelche Szenarien, ein Best-Case-/ein Worst-Case-Szenario entwickelt mit entsprechenden Zahlen für einen sozialverträglichen oder auch nicht sozialverträglichen Personalabbau?

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Also wir haben sehr viele Szenarien entwickelt und wir haben uns zunächst mal mit der Frage beschäftigt, in welche Töpfe gucken wir rein. Und wenn wir zum Beispiel viel in den Topf Beschaffung gucken, da habe ich ja eine gewisse Haupt???[38:54], denn auch da arbeiten wir weitestgehend unabhängig voneinander, dann ist das nicht weniger Personalabbau, mit keinem Personalabbau verbunden. Wenn wir viel Synergien in den Bereichen Verwaltung und Verwaltungskosten finden, ist es natürlich mit Personalabbau verbunden.

.....

Panagiotis Koutoumanos, FNP

Können Sie ...

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

???[39:14] unseriös und es ist ...

.....

Panagiotis Koutoumanos, FNP

Ja.

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

... ja auch ???[39:16] gedacht, mit der Verkündung der Strategie, hier schon konkreter zu werden.

.....

Panagiotis Koutoumanos, FNP

Können Sie denn zumindest Entlassungen in Deutschland ausschließen?

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Wobei ich nicht tiefer gegangen bin, als ich es gerade gemacht habe, kann ich auch das nicht tun, auch da nicht näher drauf eingehen.

.....



Panagiotis Koutoumanos, FNP

Okay. Gut. Sie haben ja die einzelnen Umsatzanteile und Ergebnisanteile der einzelnen künftigen Sparten dargestellt. Agriculture mit 11 % EBIT-Marge am schwächsten, sehen Sie da jetzt Möglichkeiten, durch die Neufokussierung da die EBITA-Marge nennenswert anzuheben?

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Da beziehen Sie sich auf das Jahr 2016?

.....

Panagiotis Koutoumanos, FNP

Ja. ???[40:03].

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Das ist also sozusagen die Ist-Bestandsaufnahme. Natürlich, wir haben ja gesagt, wir wollen im Wesentlichen im Bereich Agriculture und Industry wachsen. Und wir wachsen nicht, um groß zu werden, sondern um profitabler zu werden.

.....

Panagiotis Koutoumanos, FNP

Ja.

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Und da sehen wir ein gewaltiges Potenzial hier im Bereich Agriculture. Und noch mal: Im Jahr 2016 hat man hier noch keine Tonne in Kanada produziert und wir wissen, dass das eins der kosteneffizientesten Werke sein wird in der Welt. Allein dadurch haben wir hier einen großen Hebel.

.....

Panagiotis Koutoumanos, FNP

Was ist da die Zielgröße bei EBITA-Marge, Agriculture und Industry?

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Die werden wir jetzt nicht veröffentlichen.

.....



Panagiotis Koutoumanos, FNP

Okay. Gut. Dann ???[40:51], Sie haben ja gesagt, die Verschuldung ist hoch, die Nettofinanzverschuldung ist hoch, klar, die soll halbiert werden, Investment Grade Rating, Free Cashflow, wann wäre denn nach Ihren derzeitigen Planungen das Unternehmen bereit für wieder große Investitionen auch eventuell in Form von Übernahmen?

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Also eine Übernahme ist nicht Gegenstand unserer Strategie, sondern wir wollen gezielt an den vier Produktmarktsegmenten, in die Geschäftsbereiche reingehen, in die Ideen reingehen, die uns ???[41:33]potenzial und Nachhaltigkeit bringen. Wir haben einiges genannt wie zum Beispiel in der Fertigation – das ist der größte Wachstumsbereich im Agriculture-Bereich. Wir haben gesagt, dass wir in Afrika mit der IT-Plattform mehrere Dinge adressieren, einen Schritt in die Digitalisierung, einen Schritt in eine neue Region, die gewaltiges Potenzial hat. Wir bereiten diese Dinge vor im großen Stil, investieren ???[42:01] allerdings nicht vor 2020 und wahrscheinlich auch erst ab 2023, wenn wir unser Investment Grade Rating wieder erreicht haben.

.....

Panagiotis Koutoumanos, FNP

Okay. Und dann eine letzte, vielleicht nicht ganz ernst gemeinte Frage, eigentlich doch: Sie sagten One Face aus K+S. Haben Sie eigentlich, da Sie auch ohne Tabus analysiert haben, dann dargestellt, das auch in Ihrer Corporate, quasi in Ihrem Erscheinungsbild auszudrücken, nachdem aus Kali und Salz K+S geworden ist, dass jetzt aus K+S auch KS wird?

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

KS?

.....

Panagiotis Koutoumanos, FNP

Im Unternehmen. Ja, KS.

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Also ich will ein neues Branding nicht ausschließen, aber da wird es vielleicht noch ein bisschen kreativer als nur KS.

.....



Panagiotis Koutoumanos, FNP

Ach so. Darüber haben Sie schon nachgedacht?

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Nein, nein, ich habe gesagt, dass ...

.....

Panagiotis Koutoumanos, FNP

???[42:55].

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

... ich das nicht ausschließen will, ...

.....

Panagiotis Koutoumanos, FNP

Ach so. Okay.

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

... wenn wir die Strategie ???[42:59] haben, wenn wir die Organisation stehen haben, dass wir auch mal darüber nachdenken.

.....

Panagiotis Koutoumanos, FNP

Ja, weil im Namen sind Sie ja immer noch zwei Unternehmen dann, K+S.

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Ja, ja, also Sie sind schon auf dem richtigen Weg.

.....

Panagiotis Koutoumanos, FNP

Okay. Gut. Vielen Dank, Herr Lohr. Dankeschön.

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Danke Ihnen.



.....

Telefonistin

Die nächste Frage ist von Herrn Klaus Max Smolka von der FAZ. Bitteschön.

.....

Klaus Max Smolka, FAZ

Ja, vielen Dank für die nochmalige Gelegenheit, zu fragen. Ich habe zwei ...

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Gerne.

.....

Klaus Max Smolka, FAZ

... Fragen, Herr Lohr. Die eine Frage: Sie sind ja jetzt sehr transparent geworden in Ihrer Margen-Darstellung. Da sind ja große Unterschiede zu sehen. Wie ist denn die Gefahr zu beurteilen, dass gerade wegen dieser Margen-Unterschiede und gerade, weil die so transparent geworden sind, jetzt Aktivisten bei Ihnen reingehen und eine Aufteilung fordern?

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Ein Aktivist widmet sich einem Unternehmen, wo er glaubt, dass durch Maßnahmen Märkte generiert werden können. Das, was wir Ihnen hier vorlegen, ist unter Abschätzung aller Alternativen. Ich hatte das eingangs gesagt, wir haben auch durchgespielt, was könnten ???[44:22] Salz bedeuten. Wir haben sogar durchgespielt, nachdem jetzt Bethune läuft, ist es ja, wie man so schön neudeutsch sagt, ???[44:31], also auch verkaufbar. Was wäre denn das, wenn wir jetzt hier Werte generieren und das ins Salzgeschäft investieren. Glauben Sie mir, bei allen Varianten kam etwas raus, was weniger robust ist und weniger renditestark. Insofern sehe ich hier keinen Ansatzpunkt für einen Aktivisten. Was sollte er uns vorschlagen?

.....

Klaus Max Smolka, FAZ

Na ja, der Klassiker sind ja bei den angelsächsisch geprägten Aktivisten, die niedrigmargigen Teile zu verkaufen und sich auf das hochmargige Geschäft zu konzentrieren. Häufig geht die Unternehmenskenntnis bei den Aktivisten ja auch gar nicht so tief, dass die abschätzen können beispielsweise die Synergien, die sie ja innerhalb des Unternehmens, innerhalb der Sparten sehen.

.....



Dr. Burkhard Lohr, CEO

Ja. Wir werden alle Produktmarktsegmente in interessante Synergiengrößenordnungen bringen. Und außerdem darf man nicht vergessen, dass wir natürlich eine Produktionsbasis haben, die mehrere Produktmarktsegmente bespielt. Also man könnte gar nicht sagen, wir machen jetzt zum Beispiel kein Auftausalz???[45:37] mehr, weil das ein größeres Problem auf der Produktionsseite schaffen würde als auf der Ertragsseite Werte generiert. Also wir haben wirklich alles durchgespielt und das ist die ertragsstärkste Strategie für K+S.

.....

Klaus Max Smolka, FAZ

Ja. Eine zweite Frage. Ein ganz anderes Thema: Sie nannten, Herr Lohr, die Führungskräfte tagung vor zwei Wochen, aus der Sie Begeisterung berichteten. Ich hörte, was das letzte Jahr angeht, dass die Führungskräfte gerade ziemlich missgelaunt waren, weil der Bonus, wenn ich das richtig verstanden habe, völlig gestrichen worden ist. Wird der Bonus wiederaufgenommen?

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Also das war überhaupt kein Thema auf der Führungskräfte tagung. Wir werden in diesem Jahr noch ein neues Vergütungssystem einführen. Die sind gerade dabei und ich glaube, auch das wird sehr positiv aufgenommen. Mehr kann ich und will ich an der Stelle gar nicht dazu sagen, weil wir reden hier über die Strategie.

.....

Klaus Max Smolka, FAZ

2016, ist das richtig, sind die Boni damals ganz weggefallen, vollkommen?

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Nach dem System, was es damals gab, kam eine Nullnummer dabei raus, ja.

.....

Klaus Max Smolka, FAZ

Schönen Dank. Das sind meine Fragen.

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Bitte.

.....



Klaus Max Smolka, FAZ

Vielen Dank für die Gelegenheit.

.....

Telefonistin

Die nächste Frage kommt von Frau Vanessa Trzewik vom PLATOW Brief. Bitteschön.

.....

Vanessa Trzewik, PLATOW Brief

Ja, hallo, vielen lieben Dank, dass ich auch eine Frage stellen kann, und zwar geht es bei mir um die Leerverkäufer. Mich würde es interessieren, wie viel Prozent die im Moment ausmachen. Ich habe 17 % in dem Hinterkopf. Und dann, wenn es eine andere Frage ???[47:27], sozusagen, ob Sie da Bewegungen sehen und vielleicht auch schon irgendwie ein Nervöswerden am Markt wahrnehmen. Vielen Dank!

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Ja, ich danke Ihnen. Es ist immer eine Frage, welche Quelle Sie heranziehen. Wir haben da wirklich die unterschiedlichen Zahlen gesehen, aber alle Quellen zeigen leicht rückläufige Beteiligungen der Leerverkäufer.

.....

Vanessa Trzewik, PLATOW Brief

Haben Sie eine Zahl, mit der Sie arbeiten, die ich dann im Grunde nehmen könnte, die Sie so ein bisschen betrachten und im Auge behalten?

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Also wir orientieren uns an Bloomberg. Und da ist die – glaube ich –, die liegt ???[48:00] so bei 12 % jetzt, wenn ich es richtig im Kopf habe.

.....

Vanessa Trzewik, PLATOW Brief

Okay. Gut. Vielen Dank!

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Gerne.

.....



Telefonistin

Die nächste Frage kommt von Herrn Markus Klausen von Dow Jones. Bitteschön.

.....

Markus Klausen, Dow Jones

Ja, guten Tag, danke, dass ich auch noch eine Frage stellen kann. Ich habe zwei Themen, zum einen Ankeraktionäre. Gab es da in den vergangenen Wochen/Monaten Gespräche mit irgendeinem Aktionär, vielleicht auch Großaktionär, der Absichten hat, seinen Anteil weiter aufzustocken? Zweite Frage: Das Kalibergwerk in Kanada, Sie haben da die Ziele für dieses Jahr etwas zurückgenommen und für kommendes Jahr auch. Vielleicht könnten Sie da noch was zu den Gründen sagen, warum es da zu – ja, ich will es mal sagen – kleineren Problemen kommt beim Hochfahren der Produktion? Vielen Dank!

.....

Dr. Burkhard Lohr, CEO

Ja, gerne. Also wir sind ständig on the Road und sprechen mit Aktionären, aktuell im Rest dieser Woche werde ich in Frankfurt, London, New York Gespräche führen und mit meinem CSO-Vorstandskollege in Boston und Chicago. Und da redet man natürlich auch mit Aktionären, die das Potenzial hätten, als Anker einzusteigen. Aber ich kann nicht davon berichten, dass wir jetzt kurz vor irgendeiner Bewegung stehen würden. Aber da das Thema, ich freue mich auch über die Frage, denn das ist irgendwann nach einem Interview von mir mal so hochgezogen worden, es ist nicht neu, darüber reden wir schon seit mehreren Jahren. Und die ???[49:36] dahinter ist, wir sind ein Unternehmen mit einem langfristigen Betrachtungshorizont – das sehen wir jetzt auch hier an der Strategie. Und große Teile der Aktionärerschaft haben eben einen deutlich kürzeren Betrachtungshorizont, sodass wir glauben, es würde uns allen Stabilität geben, wenn jemand, der ähnlich langfristig und ähnlich strategisch unterwegs ist wie wir, als Anker einsteigen würde. Aber es ist da nicht Aktuelles. Zu Bethune: Das ist eine Erfolgsgeschichte. Ein Werk, ein Großprojekt, wir reden hier über etwas über drei Milliarden Euro, das mit Ausnahme dieses Unfalls, wo uns ein Crystalizer abgestürzt ist, so planmäßig fertiggestellt wurde, und jetzt weitestgehend planmäßig hochgefahren wird, das suchen sie mal in der Welt, das gibt es nicht so häufig. Wir haben unsere Erwartungen leicht zurückgenommen, wir reden hier über rund 100 000 Tonnen für dieses Jahr und für das nächste Jahr haben wir immer gesagt, wir erwarten so 1,7 bis 1,8 Millionen Tonnen. Da sind wir jetzt am unteren Ende. Also ich möchte da gar nicht von Problemen sprechen, sondern jeder Prozess wird jetzt zum ersten Mal betrieben und dann gibt es dann noch mal Ineffizienten – was auch immer –, aber nichts, was man wirklich ein größeres Problem nennen würde. Und wir sind hier immer noch auf sehr gutem Wege.

.....

Markus Klausen, Dow Jones

Danke.



www.world-television.com
London • Geneva • Madrid • Frankfurt • Barcelona • Zurich •

Tel: +44 (0)20 7243 7350
Email: askus@world-television.com

World Television Ltd
18 King William Street
London, EC4N 7BP

Registered in England
No. 2590549
VAT Reg: GB727 5196 14

.....
Dr. Burkhard Lohr, CEO

Ich danke Ihnen.

.....
Telefonistin

Noch einmal zur Erinnerung: Falls Sie eine Frage stellen möchten, drücken Sie bitte die Tastenkombination *1 auf Ihrer Telefontastatur. Wir haben keine weiteren Fragen und somit übergebe ich das Wort zurück an Dr. Burkhard Lohr für abschließende Worte. Bitteschön.

.....
Dr. Burkhard Lohr, CEO

Na gut, ich möchte mich abschließend nur bei allen Teilnehmern noch mal bedanken für die Stunde, die Sie uns gewidmet haben. Es waren sehr interessante Fragen dabei und Shaping 2030 wird uns nicht nur intern über viele Jahre beschäftigen, positiv beschäftigen, sondern wir würden Sie gerne mitnehmen auf der Reise und Ihnen auch regelmäßig über weitere Erfolge berichten und bleiben Sie uns gewogen und ich wünsche noch einen schönen Tag!

END

DISCLAIMER

This transcription has been derived from a recording of the event. Every possible effort has been made to transcribe this event accurately; however, neither World Television nor the applicable company shall be liable for any inaccuracies, errors or omissions.



www.world-television.com
London • Geneva • Madrid • Frankfurt • Barcelona • Zurich

Tel: +44 (0)20 7243 7350
Email: askus@world-television.com

World Television Ltd
18 King William Street
London, EC4N 7BP

Registered in England
No. 2590549
VAT Reg: GB727 5196 14