



Nicht zufriedenstellen wollen wir unsere Kunden, sondern begeistern.



Das Geschäftsjahr 2006

KONSOLIDIRTER WELTUMSATZ STEIGT AUF 7,75 MILLIARDEN EURO ■ BETRIEBS-
ERGEBNIS WÄCHST AUF 515 MILLIONEN EURO ■ EIGENKAPITAL STEIGT AUF
2,28 MILLIARDEN EURO ■ EIGENKAPITALQUOTE LIEGT BEI 44,8 PROZENT ■ BILANZ-
SUMME BETRÄGT 5,1 MILLIARDEN EURO ■ KONZERNRATING „A/OUTLOOK STABLE“
BESTÄTIGT ■ 54.906 MITARBEITER WELTWEIT ■ 2,9 MILLIONEN KUNDEN WELTWEIT

Inhalt

2	Würth im Überblick	35	Kunst und Kultur	63	Gesellschaften der Würth-Linie
4	Bericht des Beirats	36	Museen	65	Gesellschaften der Allied Companies
7	Für eine neue Kultur des (Selbst-) Vertrauens	40	Gemeinnützige Stiftung Würth	70	Meilensteine der Firmengeschichte
11	Vorwort des Sprechers der Konzernführung	42	Akademie Würth	72	Konzernabschluss
14	Führungsgremien der Würth-Gruppe	46	Repräsentanzen		Impressum/Kontakt
17	Konzernlagebericht der Würth-Gruppe	48	Die Geschäftsbereiche der Würth-Gruppe		
17	Wirtschaftliches Umfeld	50	Berichte aus den Geschäftsbereichen der Würth-Linie		
19	Geschäftsverlauf	50	Division Auto		
21	Umsatz nach Regionen	51	Division Metall		
24	Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage	52	Division Holz		
28	Mitarbeiter	53	Division Bau		
30	Forschung und Entwicklung, Umweltschutz	54	Division Industrie		
30	Risikomanagement	55	Berichte aus den Geschäftsbereichen der Allied Companies		
32	Corporate Governance Bericht	55	Elektrogroßhandel		
33	Ereignisse nach dem Bilanzstichtag	56	Werkzeuge		
34	Ausblick	57	reca Gruppe		
		58	Handel		
		59	Produktion		
		60	Elektronik		
		61	Schrauben und Normteile		
		62	Finanzdienstleistungen		

Würth im Überblick

Würth-Gruppe

		2002	2003	2004	2005	2006
Umsatz	Mio. EUR	5.360	5.453	6.203	6.914	7.748
Mitarbeiter	Anzahl	39.809	41.952	46.973	50.767	54.906
Betriebsergebnis vor Steuern*	Mio. EUR	281	330	395	455	515
Jahresüberschuss	Mio. EUR	173	225	263	335	307
Brutto Cashflow	Mio. EUR	386	431	484	571	605
Investitionen	Mio. EUR	227	217	237	310	425
Eigenkapital	Mio. EUR	1.354	1.502	1.715	2.049	2.278
Bilanzsumme	Mio. EUR	2.980	3.127	3.619	4.138	5.083

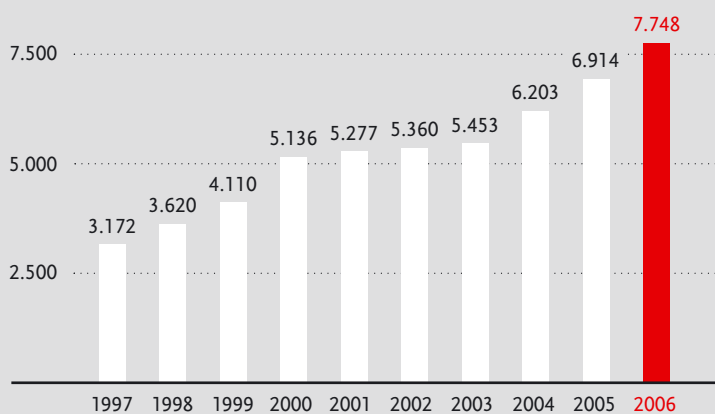
Der Konzernjahresabschluss der Würth-Gruppe wird seit 1999 nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellt.

* Ergebnis vor Ertragsteuern, Abschreibungen auf Firmenwerte und Finanzanlagen sowie ergebniswirksamen Veränderungen der als Fremdkapital ausgewiesenen Minderheitsanteile

Umsatz

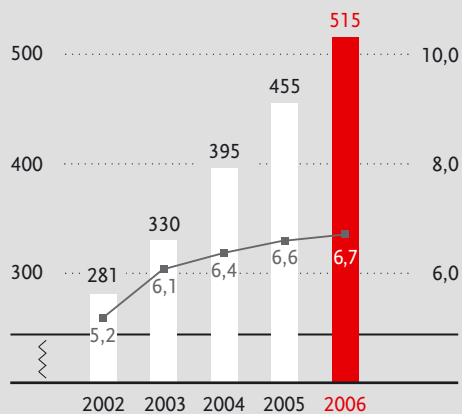
Würth-Gruppe

in Mio. EUR



Betriebsergebnis und

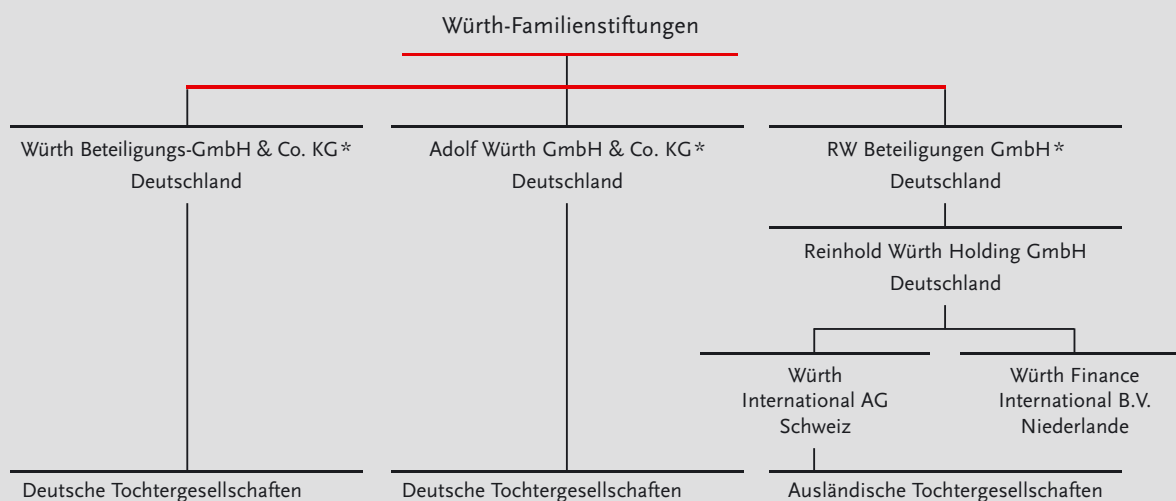
Umsatzrendite vor Steuern Würth-Gruppe



■ Betriebsergebnis in Mio. EUR
 ■ Umsatzrendite in Prozent



Rechtliche Struktur der Würth-Gruppe (vereinfachte Darstellung)



* Konzernobergesellschaften

Die Würth-Gruppe – Tradition und Fortschritt

19 Jahre alt war Reinhold Würth als er 1954 nach dem plötzlichen Tod seines Vaters Adolf Würth die Schraubengroßhandlung in Künzelsau übernahm. Aus dem Zweimannbetrieb entwickelte er in den vergangenen 52 Jahren einen weltweit tätigen Handelskonzern. Im Geschäftsjahr 2006 war die Würth-Gruppe mit 370 Gesellschaften in 83 Ländern aktiv.

Der Handel mit Befestigungs- und Montagematerial bildet noch immer das Kerngeschäft der Unternehmensgruppe. Würth ist jedoch längst mehr als nur ein Handelsunternehmen für Schrauben, Schraubenzubehör, Dübel, Werkzeuge oder chemisch-technische Produkte. Neben diesem klassischen Produktsortiment vertreiben Gesellschaften der Würth-Gruppe seit Jahren Arbeitsschutzkleidung, Produkte für Bau- und Heimwerkmärkte, Elektroinstallationsmaterial, elektronische Bauteile wie Leiterplatten, Finanzdienstleistungen und sogar Solarmodule.



Bettina Würth

Bericht des Beirats

**Sehr geehrte Damen und Herren,
sehr geehrte Leserinnen und Leser,**

die Würth-Gruppe erzielte im Geschäftsjahr 2006 erneut Rekorde bei Umsatz und Betriebsergebnis. Umso mehr freue ich mich, Ihnen an dieser Stelle den Bericht des Beirats für das Jahr 2006 vorlegen zu können. Stellvertretend für das Aufsichtsgremium der Würth-Gruppe möchte ich Sie über die Geschäftsentwicklung und die Arbeit des Beirats informieren.

Deutschland zurück auf dem Wachstumspfad

Obwohl sich die Konjunktur in den USA ab dem zweiten Quartal 2006 spürbar abkühlte, entwickelte sich die Weltwirtschaft mit einer Steigerung von 5,1 Prozent stärker als im Jahr zuvor. Im globalen Vergleich sind es neben Europa vor allem die asiatischen Märkte, die kräftige Wachstumsimpulse aussenden. Auch für das Jahr 2007 rechnen wir wieder mit einem Weltwirtschaftswachstum. In Bezug auf das Kerngeschäft der Würth-Gruppe kommt der weiteren Entwicklung des Rohölpreises sowie der Beschaffungssituation bei Stahl, Edelstahl und Buntmetallen eine zentrale Bedeutung zu, da sich der Einkauf noch immer einem Verkäufermarkt gegenüber sieht. Realistischerweise ist hier bis Mitte 2007 auch keine Änderung in Sicht.

Im Euroraum verstärkte sich die konjunkturelle Entwicklung merklich und führte 2006 zu einem Wachstum von 2,7 Prozent (Vorjahr: 2,6 Prozent).

Deutschland scheint die konjunkturelle Talsohle überwunden zu haben. Mit einem Wirtschaftswachstum von 2,7 Prozent kann man erstmals seit sechs Jahren wieder von einem spürbaren Aufschwung sprechen. Zusätzlich zur anhaltend guten Auftragslage im Ausland stimulierte die wieder erstarkte Binnennachfrage die erfreuliche Entwicklung. Der starke Anstieg der Investitionen stärkt die Zuversicht in eine weiterhin gute Entwicklung über das Jahr 2007 hinaus, von der auch der Arbeitsmarkt verstärkt profitieren sollte.

Das Geschäftsjahr 2006: Rekorde bei Umsatz und Betriebsergebnis

Aus Sicht des Beirats ist es besonders erfreulich, dass die Würth-Gruppe in allen Märkten, in denen sie aktiv ist, deutlich wachsen konnte. So steigerte die Gruppe ihren Jahresumsatz um 12,1 Prozent auf 7,75 Milliarden Euro und setzte damit eine neue Rekordmarke. Die 74 deutschen Gesellschaften der Gruppe trugen hierzu 3,12 Milliarden Euro bei, was einem Umsatzwachstum von 12,3 Prozent ent-



spricht. Im Ausland erhöhte sich der Umsatz um 11,9 Prozent auf 4,63 Milliarden Euro. Die starken Wachstumsraten der deutschen Gesellschaften zeigen, dass die Revitalisierungsmaßnahmen der vergangenen Jahre schöne Früchte tragen und die Wettbewerbsfähigkeit weiter gestärkt wurde.

Die überdurchschnittliche Performance zeigt sich auch beim Betriebsergebnis, das gegenüber dem Vorjahresergebnis um 13,2 Prozent verbessert wurde und mit 515 Millionen Euro auf Rekordniveau liegt.

Gegen den allgemeinen Trend investierte die Würth-Gruppe auch bei den Mitarbeitern in eine erfolgreiche Zukunft: Zum Jahresende 2006 beschäftigte die Gruppe weltweit 54.906 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Dies sind 4.139 Personen mehr als im Vorjahr, was einem Zuwachs von 8,2 Prozent entspricht. Damit hat sich die Gesamtzahl der Beschäftigten in der Würth-Gruppe in den vergangenen zehn Jahren mehr als verdoppelt.

Nach wie vor stellen die Verkäufer im Außendienst den größten Anteil: Ihre Zahl wuchs 2006 um 5,6 Prozent auf 29.020 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Innendienst beschäftigte die Würth-Gruppe mit 25.886 Beschäftigten 11,2 Prozent mehr Mitarbeiter als im Vorjahr.

Allein in Deutschland konnten 2006 mehr als 1.000 neue Arbeitsplätze geschaffen werden, sodass die Zahl der Beschäftigten in der deutschen Gruppe um 7,3 Prozent auf 15.298 Mitarbeiter wuchs.

Ein Schwerpunkt der globalen Aktivitäten der Würth-Gruppe lag im vergangenen Jahr in Asien. So unterzeichnete Professor Dr. h. c. Reinhold Würth, Ehrenvorsitzender des Beirats der Würth-Gruppe, am 14. September 2006 im Beisein der Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel und des chinesischen Premierministers Wen Jiabao einen Kooperationsvertrag zwischen der Würth International AG in Chur und der Shenyang European Union Development Zone. Ziel ist die Errichtung des Würth Industrial Parks in der nordchinesischen Millionenstadt Shenyang.

Mit Gründung einer weiteren Verkaufsgesellschaft zeigt Würth nun auch in der Mongolei Flagge. Die Würth-Gruppe ist damit in 83 Ländern mit 370 Gesellschaften (Vorjahr: 351 Gesellschaften) vertreten.

Die Arbeit des Beirats

Wie bereits zuvor angekündigt, legte Professor Dr. h. c. Reinhold Würth mit Ablauf des 28. Februars 2006 den Vorsitz des Beirats der Würth-Gruppe planmäßig nieder. Als Ehrenvorsitzender dieses Aufsichtsgremiums und als Vorsitzender des Stiftungsaufsichtsrats steht er den Führungsgremien der Würth-Gruppe jedoch weiterhin beratend zur Seite.

Die Übernahme des Beiratsvorsitzes durch Bettina Würth markiert nicht nur einen wohl vorbereiteten Generationswechsel innerhalb des Familienunternehmens, sie steht gleichsam für die langfristige, auf Kontinuität und Verlässlichkeit ausgerichtete Arbeit der Würth-Gruppe und ihres Aufsichtsgremiums.

Der Beirat der Würth-Gruppe tagte 2006 dreimal in ausführlichen Sitzungen. Er wurde von der Konzernführung regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle relevanten Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung und des Risikomanagements informiert. Alle Geschäfte, die den Statuten nach zustimmungspflichtig sind, wurden rechtzeitig zur Entscheidung vorgelegt, vom Beirat eingehend beraten und verabschiedet.

Darüber hinaus nahm die Beiratsvorsitzende an zahlreichen Sitzungen der Konzernführung teil und stand bei unternehmerisch wichtigen Fragen zur Planung und Strategie beratend zur Seite.

Am 23. November 2006 trat der Investitionsausschuss des Beirats zusammen und erörterte die Investitionsanträge für das Geschäftsjahr 2007. Der Beirat genehmigte daraufhin eine deutliche Aufstockung der Investitionen auf ein Gesamtvolumen von 532 Millionen Euro.

Die Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft, Stuttgart, hat den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht geprüft und den uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt.

Der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht sowie der Prüfungsbericht von Ernst & Young wurden vom Prüfungsausschuss des Beirats eingehend erörtert und der Vorsitzende des Prüfungsausschusses erstattete dem Beirat ausführlich Bericht über die Ergebnisse der Ausschussarbeit, die sich auch über wichtige Einzelabschlüsse erstreckte. Prüfungsausschuss und Beirat erhoben keine Einwände und schlossen sich dem Prüfungsergebnis von Ernst & Young an. Der Beirat der Würth-Gruppe hat sich vor Bestellung der Ernst & Young AG deren Unabhängigkeit im Sinne der Ziffer 7.2.1 des Deutschen Corporate Governance Kodex bestätigen lassen.

Der Beirat der Würth-Gruppe dankt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern herzlich für die vorbildlichen Leistungen im Geschäftsjahr 2006. Er ist zuversichtlich, dass es der Unternehmensgruppe und ihren Gesellschaften auch im Jahr 2007 gelingen wird, ihre Ziele zu erreichen oder sogar zu übertreffen.

Der gesamte Beirat dankt besonders herzlich seinem bisherigen Vorsitzenden, Herrn Professor Dr. h. c. Reinhold Würth, für die langjährige harmonische und überaus erfolgreiche Zusammenarbeit und ist sich sicher, dass er in seiner Funktion als Ehrenbeiratsvorsitzender der Würth-Gruppe sowie als Vorsitzender des Stiftungsaufsichtsrats dem Beirat nach wie vor mit Rat und Tat zur Seite stehen wird.

Mit freundlichen Grüßen

Ihre



Bettina Würth
Vorsitzende des Beirats
der Würth-Gruppe

Künzelsau, 5. April 2007



Für eine neue Kultur des (Selbst-) Vertrauens

„Wenn es besser kommt als vorausgesagt, dann verzeiht man sogar dem falschen Propheten.“ Dieser Ausspruch von Ludwig Erhard kommt einem unwillkürlich in den Sinn, wenn man das Jahr 2006 nochmals Revue passieren lässt. Obwohl die Schwarzmalerei in den ersten Monaten des vergangenen Jahres den Ton angab, blicken wir nun auf eines der erfolgreichsten Jahre seit der deutschen Wiedervereinigung zurück: Ein kräftiges Wirtschaftswachstum, Rekorde beim Warenexport und ein deutlicher Rückgang der Arbeitslosigkeit lassen bei nüchterner Betrachtung keinen Zweifel daran, dass wir uns in Deutschland auf dem richtigen Weg befinden.

Selbstkritik oder Selbstzweifel?

Dennoch trübt der Grauschleier des Zweifels diese an sich saubere Bilanz. Das Vertrauen in die eigene Leistungsfähigkeit, das die Stimmung in unserem Land über viele Jahre und Jahrzehnte prägte, hat sich noch nicht wieder eingestellt. Stattdessen warnen Soziologen vor dem „Verlust der Mittelschicht“ und einer Polarisierung der Gesellschaft. Das oft beschworene „Primat der Politik“ – zentraler Baustein einer freiheitlich-demokratischen Grundordnung – beugt sich dem Diktat administrativer Zwänge. Meinungsumfragen diagnostizieren eine zunehmende Verunsicherung der Bevölkerung und eine Abnahme der Glaubwürdigkeit in der Politik.

Woran liegt es, dass viele Menschen ihren eigenen Fertigkeiten und Chancen misstrauen? Was raubt ihnen das Zutrauen in die politisch Verantwortlichen und in die Institutionen unserer Gesellschaft?

Vielleicht lohnt es sich, einige Gedanken über die Ursachen dieses Vertrauensverlustes zusammenzutragen – freilich nur in Ansätzen und ohne wissenschaftlichen Anspruch.

Vertrauen schafft Handlungsfähigkeit. Fehlt das Vertrauen, beeinflusst Unsicherheit die eigene Wahrnehmung, bis hin zu Resignation. Heute äußern viele Mitbürger Angst vor Veränderungen, auf die sie keinen Einfluss zu haben glauben. Eine ausgeprägte Wohlfahrtsmentalität leistet diesem Trend zusätzlich Vorschub: Wer sich darauf verlässt, dass man sich gegen alle Risiken versichern könne, tut sich schwer, selbst die Initiative zu ergreifen, um das eigene Schicksal in die Hand zu nehmen.

Die heftig geführte Diskussion zum Thema „Leitkultur“ offenbart darüber hinaus eine Erosion der gemeinsamen Werte. Viele Jahre galt es als Ausdruck intellektueller Aufgeklärtheit, traditionelle Tugenden infrage zu stellen, freilich ohne an ihrer Stelle zukunftssichere Alternativen anzubieten. Wo vom Wertewandel gesprochen wurde, kaschierte man vielfach nur einen Werteverlust. Der Gemein-sinn, so scheint es, hält den Zentrifugalkräften einer sich atomisierenden Individualgesellschaft nur noch mühsam stand.

Vertrauen nährt sich auch aus unmittelbaren zwischenmenschlichen Kontakten – aus persönlichen Gesprächen, der Zusammenarbeit, den gemeinsam entwickelten Lösungen. Die Zunahme indirekter Kommunikationsformen – etwa über das Handy und das Internet – verdrängt diese unmittelbaren zwischenmenschlichen Erfahrungen teilweise. Gerade bei Kindern und Jugendlichen hat dies mitunter nachteilige Folgen für deren Persönlichkeitsentwicklung – Defizite, die auch die Schule kaum noch ausgleichen kann.

Hinzu kommt, dass klassische Sicherheiten nur noch bedingt wirksam sind. Galt eine gute Ausbildung bislang als eine Art Lebensversicherung, bietet diese heute nur noch eingeschränkten Schutz, wenn die Bereitschaft zum lebenslangen Lernen und der Mut zur Veränderung fehlen. Die „PISA-Studien“ und verschiedene Untersuchungen im Hochschulbereich weisen hier zusätzlichen Hand-

lungsbedarf nach. Viele junge Menschen haben gar nicht mehr die Chance, ihren Wunschberuf nach Neigung oder Begabung zu wählen. Sie müssen froh sein, wenn sie überhaupt eine Ausbildungsstelle finden.

Unterlassene Hilfeleistung?

Nun kann man die Zustände beklagen und sich in seine private Nische zurückziehen. Oder man stellt sich seiner Verantwortung und erarbeitet Lösungen. Denn wer Fehlentwicklungen erkennt, ist selbst zum Handeln aufgefordert. Alles andere wäre ein Akt unterlassener Hilfeleistung.

Den apokalyptischen Propheten kann man den Vorwurf nicht ersparen, sie hätten den „Patienten“ längst aufgegeben und strebten eine komplette Neuordnung nach ihren Idealen an. „Untergangsszenarien und Apokalypsen sind Mittel politischer Außenseiter, die gesellschaftliche Veränderungen erzwingen wollen.“ So jedenfalls die Feststellung des ehemaligen Bundespräsidenten Johannes Rau in seiner letzten Berliner Rede vom 12. Mai 2004.

„Zu Gast bei Freunden“

Vor diesem Hintergrund bot das Jahr 2006 einige beeindruckende Schlüsselerlebnisse, die einen Weg aus dem Jammertal weisen könnten.

Zu den eindrucksvollsten Erfahrungen zählt sicher die Fußball-Weltmeisterschaft. Im Vorfeld war vor allem von Problemen die Rede: Prominente und weniger prominente Fachleute stellten das Können der deutschen Fußball-Nationalmannschaft infrage. Die Sicherheit der Fußballstadien sorgte wochenlang für Schlagzeilen. Selbst von Fremdenfeindlichkeit und Terrorgefahr war schließlich die Rede.

Bereits nach dem ersten Anpfiff waren die herbeigeschriebenen Gespenster wie vom Erdboden verschluckt. Geradezu ungläubig beobachtete man einen rasanten Stimmungswechsel, der an manchen Tagen zu einer patriotischen Euphorie answoll. Plötzlich traute man nicht nur der Elf von Bundestrainer Jürgen Klinsmann alles zu. Die Welt war tatsächlich „zu Gast bei Freunden“. Ein Sommermärchen, das zuvor kaum jemand für möglich gehalten hätte – am wenigsten wir Deutschen selbst!

Deutschland ist Export-Weltmeister

Nicht nur das: Auch die Wirtschaft entwickelte sich, allen Unkenrufen zum Trotz, deutlich besser als erwartet. Die Weltwirtschaft wuchs im vergangenen Jahr um 5,1 Prozent. Im Euroraum betrug das Wachstum im selben Zeitraum 2,7 Prozent. Auch in Deutschland mussten die Sachverständigen ihre Prognosen mehrfach nach oben korrigieren. Am Ende haben wir mit einem Wachstum von 2,7 Prozent die beste Steigerung seit sechs Jahren erlebt.

Ebenso beeindruckend ist der Meinungsumschwung im Hinblick auf die politisch Verantwortlichen. Zum Jahresende 2006 kürte das amerikanische „Forbes“-Magazin Bundeskanzlerin Angela Merkel zur mächtigsten Frau der Welt. Was ein Jahr zuvor kaum möglich schien, gilt heute als Selbstverständlichkeit. Die deutsche Stimme hat im internationalen Konzert ein neues Gewicht. Mehr noch: Der große internationale Respekt und die weltweite Anerkennung unserer Leistungen stehen im leuchtenden Gegensatz zu jenem Mangel an Selbstvertrauen, der im eigenen Land immer wieder die öffentliche Diskussion überschattet.

Dieser rasche Stimmungsumschwung im vergangenen Jahr bestärkt mich in der Auffassung, dass die Meinungsbildner und Multiplikatoren hierbei besonders in der Pflicht stehen. Marion Gräfin Dönhoff, die langjährige Herausgeberin der „Zeit“, formulierte es so: „Nicht jeder erkennt, dass es ein Privileg ist, öffentlich in tausendfacher Auflage seine Meinung zu sagen und ein Urteil abgeben zu können. Ein solches Privileg aber lässt sich nur rechtfertigen, wenn ihm das Bewusstsein einer besonderen Verantwortung zugeordnet ist.“



Auch wenn sie damit vor allem die Medienschaffenden im Blick hatte, kann man den Kreis der Privilegierten sehr viel weiter fassen: Neben den Akteuren auf den politischen und gesellschaftlichen Bühnen stehen hier auch die Führungskräfte der Wirtschaft in der Verantwortung.

Vertrauen: ein Prozess, kein Zustand

Zu den Grundvoraussetzungen für Vertrauen gehört sicher ein Persönlichkeitsprofil, das Vertrauen weckt und dieses rechtfertigt. So hat mein Vater Reinhold Würth bereits vor Jahrzehnten in unseren Unternehmensgrundsätzen verbindlich festgeschrieben und bis heute mit großem Nachdruck vorgelebt, dass wir im Umgang mit unseren Mitarbeitern ehrlich, geradlinig, berechenbar und zuverlässig agieren. Selbstverständlich gilt dies auch in gleichem Maße für den Umgang mit Kunden und Lieferanten.

Der amerikanische Wirtschaftswissenschaftler Warren G. Bennis bestätigt dies, indem er fünf Charaktereigenschaften einer vertrauenswürdigen Führungskraft identifiziert: Kompetenz, Verlässlichkeit, Fürsorge, Aufrichtigkeit und Authentizität. Wir alle wissen aus eigener Erfahrung, dass Vertrauen kein Zustand ist, sondern ein Prozess, der der ständigen Erneuerung bedarf.

Vertrauen setzt aber auch auf einer transparenten Kommunikation auf. Nur durch eine transparente Kommunikation werden Entscheidungen nachvollziehbar und verständlich.

Kommunikation weckt Leistungsreserven

Innerhalb unserer Unternehmensgruppe und in den einzelnen Gesellschaften ist Kommunikation das wichtigste Werkzeug zur Multiplikation von Erfolgen. Gute Nachrichten verbreiten sich wie ein Lauffeuer – gute Ideen ebenfalls! Dies gilt auch für die Bewältigung neuer Herausforderungen. In einem Konzern wie dem unseren bleibt es beispielsweise nicht aus, dass unter 370 Gesellschaften weltweit neben vielen hoch erfolgreichen Firmen auch einzelne Unternehmen eine Schwächephase durchlaufen.

Dass wir diese Herausforderungen meist in kurzer Zeit bewältigen konnten, ist in erster Linie der Entschlossenheit aller Beteiligten zu verdanken, die frühzeitig in die Entscheidungsfindung eingebunden waren. Denn aus der Forderung nach schnellen Entscheidungen erwächst stets die Notwendigkeit einer ebenso schnellen Kommunikation über alle Hierarchieebenen hinweg. So bereitet der offene und sachliche Informationsaustausch den Weg für erforderliche Veränderungen. Er mobilisiert Kraftreserven und schweißt Menschen zusammen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erkennen ihre unmittelbare Verantwortung für die künftige Entwicklung. Sie erleben den Veränderungsprozess nicht passiv, sondern ergreifen selbst die Initiative.

Entwicklungshelfer im eigenen Land

Schließlich kommt auch den Unternehmen eine Schlüsselrolle bei der gesellschaftlichen Vertrauensbildung zu. Die Ansätze hierfür sind so vielfältig, dass an dieser Stelle nur einige Schlaglichter aus unserem Wirkungskreis genügen sollen.

Gerade in unserer Heimatregion Hohenlohe ist die langfristige Entwicklung der kulturellen Infrastruktur ein wichtiger Beitrag zur Zukunftssicherung. Aus dem einstigen „Armenhaus Baden-Württembergs“ ist in wenigen Jahrzehnten eine prosperierende Region entstanden.

Nach wie vor sehen wir bei Würth in der Aus- und Fortbildung eine Schlüsselfunktion, auch im Hinblick auf das (Selbst-) Vertrauen der Menschen. Seit vielen Jahren engagieren wir uns intensiv im Bereich der Berufs- und Hochschulbildung. Eines der erfolgreichsten Beispiele im Bereich der beruflichen Weiterbildung sind die Seminare für Handwerker der Akademie Würth. Im vergangenen Jahr konnten mehr als 6.700 unserer Kunden in 656 praxisnahen Veranstaltungen ihr Wissen über handwerkliche und betriebswirtschaftliche Themen vertiefen.

Nun haben wir auch im Schulbereich eine weitere Initiative ergriffen und im Jahr 2006 die Freie Schule Anne-Sophie in Künzelsau gegründet. Unser Ziel ist es, dass alle Schülerinnen und Schüler diese reformpädagogisch geführte Einrichtung als Gewinner verlassen werden. Mittelfristig wird die Freie Schule Anne-Sophie bis zu 700 jungen Menschen den Weg in eine erfolgreiche Zukunft ebnet.

Auch das kulturelle Angebot hält dem Vergleich mancher Großstadt stand. Gaben die Kunstkritiker dem Museum Würth in unserer Konzernzentrale zu Anfang noch wenig Chancen auf eine dauerhafte Existenz, erzielen die wechselnden Ausstellungen heute immer öfter Besucherrekorde. Daneben setzen die Kunsthalle Würth in Schwäbisch Hall, die Hirschwirtscheuer in Künzelsau und die Akademie Würth mit ihren Programmen zusätzliche kulturelle Akzente.

Das Engagement für die Region hat auch seine geschmackvollen Seiten. Als mein Vater Reinhold Würth sich vor einigen Jahren zum Kauf des Alten Amtshauses in Ailringen entschloss, sicherte er damit nicht nur ein bauliches Kleinod für die Zukunft: Heute zählt das Alte Amtshaus unter Leitung seines Küchenchefs Olaf Pruckner zu den ersten Adressen für Feinschmecker und Genießer. Gleiches gilt für ein weiteres Würth Haus, das Wald- und Schlosshotel Friedrichsruhe und dessen Küchenchef Lothar Eiermann.

Auf ganz andere Weise einzigartig ist das Hotel-Restaurant Anne-Sophie in Künzelsau: Gegründet von meiner Mutter Carmen Würth, versteht sich dieses Haus als Begegnungsstätte für Menschen mit und ohne Behinderung und hat sich in der Region eine hohe qualitative Reputation erarbeitet. Es steht für ein klares Bekenntnis zur Würde des Menschen. Das Hotel-Restaurant Anne-Sophie wurde 2007 als einer der „365 Orte im Land der Ideen“ ausgezeichnet, nachdem die Würth Solar Tochter CISfab diesen Preis bereits 2006 erhalten hatte.

Neues (Selbst-) Bewusstsein

An dieser Stelle möchte ich meinem Vater von ganzem Herzen danken. Die Würth-Gruppe lebt bis heute von seinen Visionen und seinem Vorbild. Auch nach 58 Berufsjahren bereichert er das Unternehmen mit seinem Rat.

Ein Generationswechsel bringt viele Familienunternehmen in eine existenzbedrohende Lage, weil die Übergabe der Geschäfte nicht rechtzeitig oder konsequent eingeleitet wurde. Nicht so bei uns. Mein Vater hat nicht nur den Beiratsvorsitz der Würth-Gruppe wohl vorbereitet am 1. März 2006 an mich abgegeben, sondern sich bereits im Jahr 1994 vorausschauend aus dem aktiven Geschäft der Konzernführung zurückgezogen. Er steht dem Beirat und mir nach wie vor mit seinem Wissen und seiner Erfahrung zur Seite.

Wir haben allen Grund, optimistisch nach vorne zu schauen. Dies gilt sowohl für unsere Gesellschaft als auch für die Würth-Gruppe. Die wirtschaftliche Lage stimmt uns zuversichtlich. Die eigene Leistungsfähigkeit stärkt das Selbstvertrauen. Als Unternehmen stellen wir uns der daraus erwachsenden Verantwortung. Und ich bin zuversichtlich, dass dieses Bewusstsein sich auch in unserer Gesellschaft durchsetzen wird – dass wir nicht Teil eines Problems sind, sondern die Schlüssel zu den Lösungen in den eigenen Händen halten.

Machen wir davon Gebrauch.

Ihre



Bettina Würth



Robert Friedmann

Sehr geehrte Damen und Herren,

das Jahr 2006 war für die Würth-Gruppe ein außerordentlich gutes Jahr. Wir haben einen neuen Rekordumsatz von 7,75 Milliarden Euro erzielt, was einer Steigerung von 12,1 Prozent entspricht. Das Betriebsergebnis stieg von 455 Millionen Euro im Vorjahr auf 515 Millionen Euro deutlich an und wuchs mit 13,2 Prozent überproportional zum Umsatz. Unsere Eigenkapitalquote von 44,8 Prozent und das Rating mit „A/outlook stable“ dokumentieren die gute finanzielle Verfassung unseres Unternehmens. Nicht nur beim Umsatz, sondern auch bei der Anzahl der Mitarbeiter expandierte die Würth-Gruppe. Wir beschäftigten zum Jahresende 2006 weltweit 54.906 Mitarbeiter. Jeder Einzelne hat mit seiner engagierten Arbeit im vergangenen Geschäftsjahr dieses positive Ergebnis der Gruppe möglich gemacht – auch im Namen meiner Kollegen der Konzernführung bedanke ich mich dafür herzlich bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Würth-Gruppe.

Nicht nur zufriedenstellen, sondern begeistern

Was hat uns auch im abgelaufenen Geschäftsjahr so stark gemacht? Wir haben hierauf eine klare Antwort: unsere Leidenschaft, das Verkaufen. Die Lust am Verkaufen ist zentraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Mit ihr sind wir in den 61 Jahren unserer Unternehmensgeschichte groß geworden und haben die heutige Kompetenz erlangt. Wir sind einer der größten Arbeitgeber für angestellte Verkäufer weltweit und beschäftigen mehr als 29.000 Mitarbeiter im Außendienst. Diese haben täglich über 290.000-mal direkten Kontakt mit unseren Kunden auf der ganzen Welt. Gemeinsam mit unseren Mitarbeitern im Innendienst stellen die Verkäufer unsere Kunden nicht nur zufrieden, sondern begeistern sie immer wieder aufs Neue: mit unseren Produkten, unserer Qualität, unserem Service und nicht zuletzt durch den partnerschaftlichen Umgang mit ihnen. Der Vertrieb ist der Motor unseres Unternehmens und gleichzeitig die wichtigste Stellschraube für unser zukünftiges Wachstum. In den Vertrieb fließt ein beträchtlicher Teil unserer Investitionen, denn wir wissen: Die Multiplikation der Verkäufer gibt unserem Wachstum den entscheidenden Schub. Vor diesem Hintergrund haben wir allein im letzten Jahr die Anzahl der Mitarbeiter im Außendienst um 1.532 erhöht.

Unser Gesicht beim Kunden: der Verkäufer

Durch die große Vertriebsmannschaft hat die Würth-Gruppe einen entscheidenden Vorteil: Unser Mitarbeiter am Point of Sale vermittelt, was unser Unternehmen ausmacht und hat gleichzeitig das Ohr am Markt – ganz nah beim Kunden, direkt und ohne Filter. Das ist unsere Stärke. Wir erfahren so die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden. Das hilft uns nicht nur, die richtigen Produkte anzubieten, sondern auch ganze Belieferungs- und Vermarktungskonzepte zu entwickeln. So können wir unsere Zielgruppen nicht nur mit passenden Produkten und Services zufriedenstellen, sondern mit vorausschauenden Lösungen für uns begeistern.

Der tägliche Kontakt unserer Verkäufer mit unseren Kunden fördert zudem die Entwicklung neuer innovativer Produkte. Jedes Jahr wird ein großer Teil des Gewinns in die Entwicklung von Innovationen und damit in die Sicherung weiteren Wachstums reinvestiert. Zu unseren 100.000 Produkten im Sortiment kommen jährlich rund 8.000 neue Produkte hinzu. Etwa 40 Prozent des Umsatzes erzielen wir mit Produkten, die nicht länger als fünf Jahre im Sortiment sind.

Ein aktuelles Beispiel für Innovationen innerhalb der Würth-Gruppe ist die Eröffnung der Solarfabrik CISfab der Würth Solar in Schwäbisch Hall im Oktober 2006. In die Errichtung dieser Produktionsstätte zur weltweit ersten Großserienproduktion von CIS-Solarmodulen investierte die Würth-Gruppe 55 Millionen Euro – die bislang größte Einzelinvestition in der Geschichte des Unternehmens. Das Engagement hat sich gelohnt: Würth Solar ist technologischer Vorreiter im Zukunftsmarkt der Photovoltaik.

Unsere Kultur: Treibstoff für das Unternehmen

Wir wollen aber nicht nur unsere Kunden begeistern, sondern auch unsere Mitarbeiter. Bei Würth steht der Mensch im Mittelpunkt. Dieser zentrale Aspekt prägt die Unternehmenskultur und macht sie zum Nährboden unserer Motivation. Nur motivierte Mitarbeiter haben ein offenes Ohr für die Kunden. Prof. Dr. h. c. Reinhold Würth hat diese Kultur über Jahrzehnte geprägt und Werte wie Berechenbarkeit, Geradlinigkeit und Offenheit im Unternehmen fest verankert. Gleichzeitig hat er bewiesen, dass ein Generationenwechsel nicht mit einem gravierenden Einschnitt oder einem Brechen mit den Traditionen und Werten gleichgesetzt werden muss. Durch die Übergabe des Beiratsvorsitzes an seine Tochter Bettina Würth im März 2006 hat er die Zukunft unseres Unternehmens mit großer Umsicht sichergestellt. Bettina Würth treibt nicht nur unsere strategische Ausrichtung weiter voran, sie ist zudem auch der Garant dafür, dass die Werte des Familienunternehmens in Zukunft weitergelebt werden.

Die Würth'sche Kultur ist der Treibstoff unseres Unternehmens und damit auch Treibstoff unseres Erfolgs. Deshalb sehen wir es in der Konzernführung als unsere selbstverständliche Verpflichtung an, diese Energiequelle weiter sprudeln zu lassen. Wir leben die Unternehmenskultur und die Werte, die uns wichtig sind, vor. Dazu zählt vor allem der faire und offene Umgang untereinander und mit unseren Kunden, aber auch die Kultur der Weiterbildung und Förderung unserer Mitarbeiter. Durch die Dezentralität der Einzelgesellschaften – einer unserer Erfolgsfaktoren – können die Grundwerte unseres Unternehmens an jedes Land angepasst und auch dort umgesetzt werden.

Unser Ziel: weiter profitabel wachsen

Gemäß unserem Jahresmotto VIBRIERENDE NEUGIER geben wir uns nicht mit dem Erreichten zufrieden, sondern streben immer neue Meilensteine an – mit Begeisterung und Leidenschaft. Im März 2006 haben wir einen solchen Meilenstein erreicht: Der Monatsumsatz der Würth-Gruppe durchbrach erstmals in der Geschichte des Unternehmens die Schallmauer von 700 Millionen Euro. In den Monaten September, Oktober und November erzielten wir weitere Umsatzrekorde. Eine sehr positive Entwicklung zeigte sich auch in Deutschland, unserem traditionell umsatz- und mitarbeiterstärksten Markt und Sitz der größten Einzelgesellschaft, der Adolf Würth GmbH & Co. KG. Das Umsatzwachstum der 74 deutschen Gesellschaften lag bei 12,3 Prozent.



Nie stehen bleiben – das bedeutet für uns auch, weiter zu expandieren. Das Credo dieser Strategie ist aber, profitabel zu wachsen. Dabei streben wir ein zweistelliges organisches Wachstum an, zu dem wir zwei bis drei Prozentpunkte durch Akquisitionen hinzuaddieren wollen. Sicher haben wir im letzten Jahr vom Rückenwind der positiven Entwicklung der Weltwirtschaft profitiert. Aber wir haben uns auf der Dynamik der Konjunktur nicht ausgeruht, sondern es geschafft, mit unseren Kunden zu wachsen und neue Kunden hinzuzugewinnen. Für das Vertrauen, das uns von Kunden-
seite Tag für Tag entgegengebracht wird, möchte ich mich an dieser Stelle herzlich bedanken. Nur wenn die Kunden täglich aufs Neue „ja“ zu uns sagen, können wir langfristig erfolgreich sein.

Herzlich danken möchte ich auch unseren Betriebs- und Vertrauensräten sowie unserem Kundenbeirat, die in ihrer konstruktiven Zusammenarbeit die Geschäftspolitik nicht nur begleitet, sondern mitgetragen und tatkräftig unterstützt haben. Mein ganz besonderer Dank gilt dem Beirat der Würth-Gruppe und insbesondere der Beiratsvorsitzenden Bettina Würth sowie dem Stiftungsaufsichtsrat und dessen Vorsitzenden Prof. Dr. h. c. Reinhold Würth, der den Führungsgremien der Würth-Gruppe stets mit seinem hilfreichen Rat zur Seite steht.

Vor Neugier vibrieren – in diesem Bewusstsein sind wir in das Jahr 2007 gestartet und haben uns für das laufende Jahr abermals ehrgeizige Ziele gesteckt: Wir werden eine Rekordsumme in den Markt investieren. Ein erneut zweistelliges Wachstum muss unser Ziel sein. Dafür investieren wir in unsere Leidenschaft: das Verkaufen. Wir wollen unsere Kunden nicht nur zufriedenstellen, wir wollen sie begeistern – ohne Kompromisse!

Mit freundlichen Grüßen
Ihr

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "R. Friedmann".

Robert Friedmann
Sprecher der Konzernführung
der Würth-Gruppe

Führungsgremien der Würth-Gruppe

Konzernführung

Die Konzernführung – vergleichbar mit dem Vorstand einer Konzernholding – ist das oberste Entscheidungsgremium der Würth-Gruppe und besteht aus fünf Mitgliedern. Zu den wichtigsten Aufgaben der Konzernführung gehören die strategische Unternehmensplanung, die Auswahl von Führungskräften sowie die Steuerung der strategischen Geschäftseinheiten und Funktionalbereiche.



Robert Friedmann



Rolf Bauer



Dr. Roland Hartmann



Dr. Reiner Specht



Dr. Harald Unkelbach

Robert Friedmann

Sprecher der Konzernführung
der Würth-Gruppe

Rolf Bauer

Stellvertretender Sprecher der
Konzernführung der Würth-Gruppe

Dr. Roland Hartmann

Mitglied der Konzernführung
der Würth-Gruppe

Dr. Reiner Specht

Mitglied der Konzernführung
der Würth-Gruppe
(seit 1.3.2006)

Dr. Harald Unkelbach

Mitglied der Konzernführung
der Würth-Gruppe

Bettina Würth

Mitglied der Konzernführung
der Würth-Gruppe
(bis 28.2.2006)



- > Konzernführung
- > Beirat

Beirat

Der Beirat ist das oberste Überwachungs- und Kontrollorgan der Würth-Gruppe. Er berät in Fragen der Strategie und genehmigt die Unternehmensplanung sowie die Verwendung der Finanzmittel und bestellt die Mitglieder der Konzernführung, der Führungskonferenz sowie die Geschäftsführer der umsatzstärksten Gesellschaften.

Prof. Dr. h. c. Reinhold Würth

Beiratsvorsitzender,
Künzelsau-Gaisbach
(bis 28.2.2006)
Ehrenvorsitzender des Beirats
(seit 1.3.2006)

Bettina Würth

Beiratsvorsitzende,
Künzelsau-Gaisbach
(seit 1.3.2006)

Dr. Bernd Thiemann

Stellvertretender Beiratsvorsitzender
Partner Druker & Co. GmbH &
Co. KG, Frankfurt/Main

Peter Edelmann

Mitglied des Vorstands Voith AG,
Heidenheim

Hans G. Guldenberg

brandCreation, Frankfurt/Main
Beirat H. C. Reynolds Corporate
Finance, Frankfurt/Main

Dr. Frank Heinrich

Mitglied der Geschäftsführung
Heraeus Holding GmbH,
Hanau

Axel C. A. Krauss

Mitglied des Aufsichtsrats
der Unilever Deutschland,
Hamburg

Dr. Bernd-Albrecht von Maltzan

Bereichsvorstand
Private Wealth Management
Deutsche Bank AG,
Frankfurt/Main

Dr. Martin H. Sorg

Wirtschaftsprüfer, Partner der
Anwaltssozietät Binz & Partner,
Stuttgart

Dr. h. c. Uwe Zimpelmann

Sprecher des Vorstands
Landwirtschaftliche Rentenbank,
Frankfurt/Main

Ehrenmitglieder

Alma Würth

Künzelsau-Gaisbach
(† 4.5.2006)

Dr. Michael Rogowski

Vorsitzender des Aufsichtsrats
Voith AG, Heidenheim

Führungskonferenz

Die 19 Manager der Führungskonferenz mit Stand 31. Dezember 2006 bilden die operative Konzerngeschäftsleitung und führen jeweils eine strategische Geschäftseinheit.

Michael Coffey

Würth-Linie Großbritannien, Irland, Skandinavien (ohne Finnland), Würth Südafrika

Jürgen Graf

Funktion Logistik

Helmut Gschnell

Würth-Linie Italien, Würth Albanien, Spezialisten Italien

Michel Kern

Würth International AG
Zentraleinkauf

Jürgen Klohe / Jörg Murawski

Würth Elektronik-Gruppe

Max Lorefice

Handel mit DIN- und Normteilen und Edelstahl, reca Gruppe Italien, Würth-Linie Südosteuropa, Würth-Linie Japan
(bis 31.12.2006)

Jürg Michel

Funktion Finanzen

Juan Ramírez

Würth-Linie Spanien, Frankreich, Mittel- und Südamerika

Wolfgang Rampmaier

Division Industrie (Würth-Linie),
Werkzeughandel

Pentti Rantanen

Würth-Linie Finnland und Baltikum

Werner Rau

Funktion Einkauf, Export

Peter Schneider

reca Gruppe Deutschland und Westeuropa

Hans Sigrist

Würth-Linie Schweiz, Ozeanien und Teilregion Asien

Dr. Reiner Specht

Division Metall (Würth-Linie), Würth-Linie Österreich, Russland und Teilregion Osteuropa, Conmetall-Gruppe, IVT-Gruppe, van Roij-Gruppe
(bis 28.2.2006)

Robert Stolz

Würth-Linie Auto und Holz USA

Zekeriya Uluca

Würth-Linie Türkei und Teilregion Asien

Alois Wimmer

Produktion von Schrauben und Dübeln

Markus Würth

Division Holz (Würth-Linie), Division Bau (Würth-Linie), Belgien, Holland, Portugal (Würth-Linie)

Peter Zürn

Sprecher der Geschäftsführung der Adolf Würth GmbH & Co. KG, Division Auto (Würth-Linie),
Funktion Vertrieb



Würth-Gruppe präsentiert sich mit hervorragenden Zahlen

Wirtschaftliches Umfeld

Weltwirtschaft weiter im Aufschwung

Im Jahr 2006 befand sich die Weltwirtschaft nach wie vor im Aufschwung. Das weltweite Bruttoinlandsprodukt (BIP) stieg um 5,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Damit ist der Zuwachs der gesamtwirtschaftlichen Produktion etwas höher ausgefallen als im Vorjahr (2005: 4,4 Prozent). Der Welthandel wuchs um 9,2 Prozent, was einer Steigerung der Wachstumsrate im Vergleich zum Vorjahr um 0,5 Prozentpunkte entspricht. Der Rohölpreis stieg allerdings erneut auf durchschnittlich 66 US-Dollar je Barrel an. Nach zwischenzeitlichen Spitzenwerten von knapp 80 US-Dollar im Sommer fiel der Preis wieder bis auf etwa 55 US-Dollar – die hohe Volatilität verdeckt, dass der Durchschnittspreis erneut einen Rekordwert erreichte.

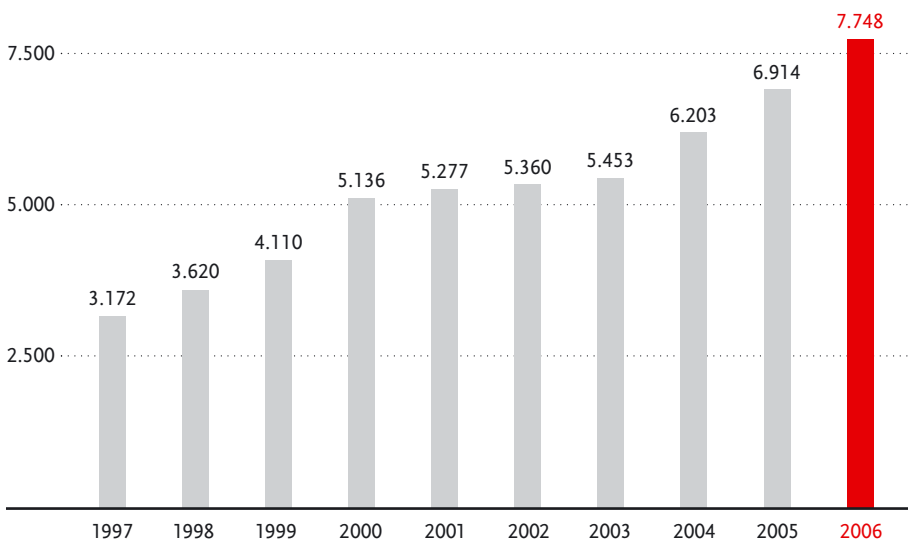
Im Jahresverlauf verlor die Konjunktur etwas an Schwung, was überwiegend auf die nachlassende konjunkturelle Dynamik in den USA und in geringem Maße in Japan zurückzuführen ist. Dies wurde auch durch die Belebung der Konjunktur im Euroraum und in Großbritannien nicht aufgewogen. In China hat sich das starke wirtschaftliche Wachstum im Jahr 2006 nochmals beschleunigt, in den übrigen ostasiatischen Schwellenländern insgesamt aber verlangsamt.

Leichte Abschwächung der konjunkturellen Dynamik in den USA und in Japan

Das reale BIP stieg in den USA im Jahr 2006 unverändert kräftig um 3,3 Prozent. Seit dem Frühjahr 2006 hat sich in den USA die Konjunktur allerdings vor dem Hintergrund einer gestrafften Geldpolitik und einer Abkühlung am Immobilienmarkt in der Grundtendenz abgeschwächt. Insbesondere der private Verbrauch verlor deutlich an Schwung. Ursächlich hierfür war unter anderem auch die gesunkene Kaufkraft durch die erhöhten Energiepreise – verzeichnet wurde ein Anstieg von über vier Prozent gegenüber 2005. Kurzfristig erreichte der US-amerikanische Benzinpreis im Sommer 2006 inflationsbereinigt den höchsten Wert seit 25 Jahren. Gegen Jahresende hat die Teuerung dank wieder sinkender Energiepreise jedoch nachgelassen. Die Unternehmensinvestitionen verloren ebenfalls deutlich an Dynamik. Während der gewerbliche Bau stark expandierte, haben die Ausrüstungsinvestitionen nach einem kräftigen Zuwachs zu Jahresbeginn spürbar an Fahrt eingebüßt. Die Investitionen im Wohnungsbau gingen im Jahresverlauf 2006 merklich zurück. Dies hatte allerdings keine negativen Auswirkungen auf den US-Arbeitsmarkt. Die Arbeitslosenquote lag 2006 bei 4,6 Prozent (2005: 5,1 Prozent).

Umsatz Würth-Gruppe

in Mio. EUR



Umsatz Würth-Gruppe

in Mio. EUR	2005	2006	%
Würth-Linie Deutschland	862	960	+ 11,4
Allied Companies Deutschland	1.917	2.162	+ 12,8
Würth-Gruppe Deutschland	2.779	3.122	+ 12,3
Würth-Gruppe Ausland	4.135	4.626	+ 11,9
Würth-Gruppe gesamt	6.914	7.748	+ 12,1

In Japan verlor der deutliche Aufschwung, der sich Anfang 2005 herausgebildet hatte, 2006 an Dynamik. Das reale BIP stieg um 2,2 Prozent (Vorjahr: 2,6 Prozent). Der Anstieg der gesamtwirtschaftlichen Produktion wurde dabei im Vergleich zum Vorjahr durch eine geringere Zunahme der Auslandsnachfrage abgeschwächt. Auch die öffentlichen Investitionen wurden weiter zurückgefahren. Trotzdem kann in Japan insgesamt von einem stabilen Aufschwung gesprochen werden, da die Unternehmensinvestitionen (+ 7,3 Prozent) und auch der private Konsum (+ 0,9 Prozent) weiterhin zunahmen.

China – ein Wachstumszentrum der Weltwirtschaft

In den Schwellenländern blieb der Produktionsanstieg kräftig. Dabei hat er sich in China im ersten Halbjahr 2006 verstärkt, in den übrigen ostasiatischen Ländern insgesamt eher verlangsamt. Die chinesische Wirtschaft läuft weiter auf Hochtouren. Das reale BIP wuchs 2006 um mehr als 10,5 Prozent. Die private Konsumnachfrage zog deutlich an. Zudem nahmen die Exporte, neben den weiterhin sehr stark ansteigenden inländischen Investitionen, kräftig zu. Inzwischen entfallen bereits 15 Prozent des globalen Wirtschaftswachstums auf China.

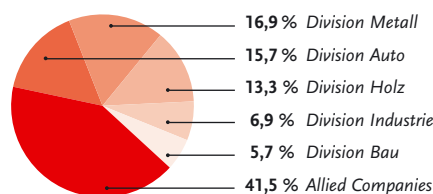
Das Bruttoinlandsprodukt in Indien wuchs 2006 mit 8,8 Prozent ebenfalls deutlich. Im Vergleich zu China jedoch ist der Anteil am Welthandel mit knapp einem Prozent noch recht gering. Der Außenhandel ist allerdings um den Rekordwert von 29 Prozent gestiegen. Indien gilt auch weiterhin als einer der interessantesten Wachstumsmärkte Asiens.

Wirtschaftliches Wachstum im Euroraum

Die konjunkturelle Entwicklung in den Euroländern hat sich 2006 – nach einem relativ schwachen Verlauf im Vorjahr – merklich verstärkt. Das BIP der Eurozone stieg 2006 um 2,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Dies ist der höchste Zuwachs seit dem Jahr 2000. Nicht nur die weitere Zunahme des Exports ist dabei ausschlaggebend;

Anteile am Gesamtumsatz

Divisionen der Würth-Linie und Allied Companies



die wesentlichen Impulse für die Konjunktur kamen von der Binnen-nachfrage. Zum einen hat sich der Anstieg bei den Ausrüstungen verstärkt. Zum anderen nahmen auch die Bauinvestitionen beschleunigt zu, nicht zuletzt weil die langjährige Talfrucht in der deutschen Bauwirtschaft zu Ende ging. Besonders in Deutschland und Italien hat sich der Anstieg des realen BIP erheblich beschleunigt, nachdem beide Länder in den Vorjahren unterdurchschnittliche Zuwächse verzeichnet hatten. Die Arbeitslosigkeit ging im Euro-raum weiter spürbar zurück. Die Arbeitslosenquote sank 2006 von 8,5 Prozent 2005 auf 7,7 Prozent.

Deutschland profitiert von der kräftigen Weltkonjunktur

Deutschland verzeichnete 2006 die stärkste wirtschaftliche Belebung seit dem Boomjahr 2000. Das reale BIP war um 2,7 Prozent höher als im Vorjahr. Zum vierten Mal in Folge wurde Deutschland „Export-weltmeister“. Im Unterschied zu den beiden zurückliegenden Jahren kamen die Wachstumsimpulse neben der guten Exportentwicklung vor allem aus einer stärkeren Inlandsnachfrage. Zu dieser Entwicklung trugen vor allem die Anlageinvestitionen bei, die so stark gestiegen sind wie noch nie seit der deutschen Wiedervereinigung. In Ausrüstungen wurde nochmals mehr investiert als im Vorjahr (+ 7,3 Prozent), und auch die Bauinvestitionen sind nach der jahre-langen Schwächeperiode kräftig gestiegen (+ 3,6 Prozent). In Deutschland wurde jedoch nicht nur mehr investiert, sondern auch stärker konsumiert. Auch wenn sich der private Konsum im innereuropä-ischen Ländervergleich in Deutschland nach wie vor relativ schwach zeigt, legte er 2006 – nach zwei nahezu stagnierenden Jahren – um 0,6 Prozent zu. Der Staat erhöhte seine Ausgaben um 1,7 Prozent. Daneben zeigte sich der Außenhandel weiterhin sehr dynamisch: Die Wachstumsraten der Importe und Exporte verdoppelten sich nahezu im Vergleich zum Jahr 2005. Dabei sind die realen Exporte mit 12,4 Prozent wiederum stärker gestiegen als die Importe (+ 12,1 Pro-



zent). Diese Verbesserung der wirtschaftlichen Lage blieb nicht ohne Effekte auf den Arbeitsmarkt. Die Bundesagentur für Arbeit registrierte im Jahresdurchschnitt 4,487 Millionen Arbeitslose – 374.000 weniger als vor einem Jahr – und eine Arbeitslosenquote von 10,8 Prozent (0,9 Prozentpunkte weniger als im Jahr 2005).

Handwerk

Im Jahr 2006 war die Handwerkskonjunktur in Deutschland von einem Aufwärtstrend geprägt, der sich im Verlauf des Jahres beschleunigte. Auch hier wirkte sich die kräftige Belegung der Binnennachfrage neben der weiterhin guten Exportentwicklung positiv aus. Diese Nachfragebelegung machte sich in allen Handwerksgruppen bemerkbar, allerdings mit Unterschieden in ihrer Ausprägung. Die Umsätze im dritten Quartal 2006 stiegen um 4,1 Prozent gegenüber dem entsprechenden Vorjahresquartal. Auf die Beschäftigtenzahl wirkte sich dieser konjunkturelle Aufschwung ebenfalls positiv aus: Der jahrelange Abbau von Arbeitsplätzen wurde stark verlangsamt. Insgesamt waren Ende September 2006 im zulassungspflichtigen Handwerk über 4,4 Millionen Beschäftigte tätig, 0,9 Prozent weniger als Ende 2005.

Die positive Entwicklung muss allerdings auch vor dem Hintergrund gesehen werden, dass dieser Verbesserung eine zehnjährige Phase struktureller Anpassungen vorausging. Somit findet das Wachstum auf einem im Vergleich zu Mitte der 90er Jahre deutlich niedrigeren Ausgangsniveau statt und wurde zudem durch Vorzieheffekte aufgrund der Mehrwertsteuererhöhung positiv beeinflusst.

Die allgemein guten Konjunkturerwartungen für das Jahr 2007 werden auch im Handwerk geteilt. Die größten Sorgen bereiten den Handwerksbetrieben die zum Jahresbeginn erfolgte Mehrwertsteuererhöhung sowie die große Zahl von „Ein-Euro-Jobbern“, die Handwerksarbeiten erledigen. Dennoch ist zu erwarten, dass sich der Aufwärtstrend aus 2006 angesichts der guten gesamtwirtschaftlichen Lage fortsetzt.

Metall

Die deutsche Metall- und Elektroindustrie befindet sich in einem Konjunkturrhoch, das die Erwartungen der Experten für 2006 übertroffen hat. Die Produktion lag weiter auf Wachstumskurs. In den ersten neun Monaten des Jahres wurde das Ergebnis von 2005 um acht Prozent übertroffen. Gegen Jahresende verlangsamte sich die Entwicklung etwas, sodass die Produktion im Jahresdurchschnitt um 6,5 Prozent gewachsen ist.

Auch die Beschäftigtenanzahl in der Metall- und Elektroindustrie entwickelte sich positiv. Im Jahresdurchschnitt entsprach das Beschäftigungswachstum knapp zwei Prozent.

Für das Jahr 2007 erwartet die Metall- und Elektrobranche eine weiterhin positive Entwicklung, allerdings in geringerem Ausmaß als 2006. Als Hoffnungsträger für künftiges Wachstum gilt der Exportbereich.

Bau

Nach langjähriger Flaute hat die deutsche Bauindustrie mit 2006 ein erfolgreiches Jahr verzeichnet. Die Branche erwirtschaftete ein Umsatzplus von 6,5 Prozent. Nach Ansicht des Hauptverbandes der Deutschen Bauindustrie ist damit die konjunkturelle Trendwende geschafft.

Die Bauindustrie hatte zuvor über zehn Jahre lang mit einem stetigen Beschäftigungsabbau und sinkenden Umsätzen sowie einem nachlassenden Preisniveau gekämpft. Aber auch wenn sich das Bauhauptgewerbe laut Hauptverband der Deutschen Bauindustrie noch immer 20 Prozent unter dem Umsatzniveau des Jahres 2000 befindet, erreichte der Bauaufschwung 2006 auch den Arbeitsmarkt. Der seit 1995 anhaltende Beschäftigungsabbau konnte gestoppt werden: 2006 waren im deutschen Bauhauptgewerbe mit 717.000 Personen mehr Menschen beschäftigt als im Vorjahr (2005: 715.000).

Der Hauptverband der Deutschen Bauindustrie erwartet für 2007 eine Fortsetzung dieses Wachstumskurses.

Geschäftsverlauf

Rekordwachstum durch professionelle Marktbearbeitung und dynamischen Konjunkturverlauf

Betrachtet man die Entwicklung der Würth-Gruppe vor dem Hintergrund der Weltwirtschaft, ergibt sich ein durchweg positives Bild. Die Würth-Gruppe war auf das globale Wachstum eingestellt und präsentiert sich im abgelaufenen Jahr mit hervorragenden Zahlen. In jedem Quartal konnte ein durchschnittlicher Umsatz von über 1,9 Milliarden Euro erwirtschaftet werden. Von den günstigen konjunkturellen Rahmenbedingungen in Deutschland, nicht zuletzt aufgrund gewisser Vorzieheffekte durch die Erhöhung der Mehrwertsteuer zum 1. Januar 2007 von 16 Prozent auf 19 Prozent, konnte die deutsche Würth-Gruppe profitieren. Optimale gesamtwirtschaftliche Bedingungen gepaart mit professioneller Marktbearbeitung haben zu einem hoch erfolgreichen Jahr 2006 für die Würth-Gruppe geführt.

Im März 2006 konnte das erste Mal in der Geschichte der Würth-Gruppe die 700-Millionen-Euro-Umsatzgrenze pro Monat überschritten werden. Dies sollte jedoch erst der Anfang einer ganzen Serie von Rekorde sein, die gegen Ende des Jahres erzielt wurden.

In den Monaten September, Oktober und November verbesserten wir die Höchststände gleich drei Mal hintereinander auf einen Monatsumsatz von schließlich über 729 Millionen Euro. Das Geschäftsjahr 2006 konnte insgesamt mit einem konsolidierten Jahresumsatz von 7,75 Milliarden Euro abgeschlossen werden, was einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 12,1 Prozent entspricht. Betrachtet man das Wachstum der Würth-Gruppe ohne Akquisitionen, ergibt sich eine Steigerungsrate von 10,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr. In lokaler Währung beträgt die Steigerungsrate 12,3 Prozent.

Richtet man den Blick auf die einzelnen Unternehmensbereiche des Konzerns, so stellt sich auch hier ein durchweg positives Bild dar. Das Wachstum der Gesellschaften in den jeweiligen Unternehmensbereichen verdeutlicht unsere kundenorientierte Marktbearbeitung und bestätigt uns darin, dass wir das Ohr am Markt und direkt beim Kunden haben und somit am erfolgreichen Wachstum unserer Kunden teilhaben dürfen.

Die Würth-Gruppe mit knapp 55.000 Mitarbeitern (Stand 31. Dezember 2006) und einem Weltumsatz von 7,75 Milliarden Euro ist in über 60 Jahren kontinuierlich gewachsen. Ohne unsere rund 2,9 Millionen Kunden wäre diese Entwicklung nicht möglich gewesen. Die täglich weltweit 290.000 Kundenkontakte durch unsere mehr als 29.000 Außendienstmitarbeiter machen die Kundenzufriedenheit und das Kundenmanagement zu Anliegen mit höchster Priorität für die Würth-Gruppe. Mit Leidenschaft packen wir diese Herausforderung an und verfolgen mit unserem Vertrieb und Marketing das Ziel, unsere Kunden nicht nur zufriedenzustellen, sondern sie zu begeistern und gemäß unserem Jahresmotto VIBRIERENDE NEUGIER mit innovativen Produkten und Serviceleistungen zu bedienen.

Inlands- und Auslandsumsätze wachsen zweistellig

Exporte und Investitionen sind die zwei Haupttriebfedern, die das wirtschaftliche Bild in Deutschland im abgelaufenen Geschäftsjahr geprägt haben. Die hohe Auslastung der Kapazitäten sowie die positiven Ertragsperspektiven der einzelnen Unternehmen haben dazu geführt, dass die Investitionen deutscher Unternehmen zu einer weiteren Beschleunigung der Konjunktur geführt haben. In diesem konjunkturellen Umfeld konnten die deutschen Gesellschaften der Würth-Gruppe einen Umsatz in Höhe von 3,1 Milliarden Euro erzielen, was einer Steigerung von 12,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Über 40 Prozent des Gesamtumsatzes der Würth-Gruppe wurden somit allein in Deutschland erzielt. Allen voran erreichte das Mutterhaus, die Adolf Würth GmbH & Co. KG, mit einem Wachstum von knapp zehn Prozent einen Außenumsatz von 814 Millionen Euro und generierte damit 26 Prozent des deutschen Gesamtumsatzes.

Imposant war ebenfalls das Wachstum der Würth Industrie Service GmbH & Co. KG, die sich durch kundenindividuelle, logistische und dispositive Versorgungs- und Dienstleistungskonzepte zum festen Partner ihrer Industriekunden entwickelt hat. Eine Umsatzsteigerung gegenüber dem Vorjahr von 23,2 Prozent und ein Außenumsatz von 140 Millionen Euro im abgelaufenen Geschäftsjahr verdeutlichen die wachsende Bedeutung dieser Division. Im Umsatzranking der deutschen Unternehmen steht die Würth Industrie Service GmbH & Co. KG an fünfter Stelle, was ihre Position innerhalb der Gruppe zusätzlich unterstreicht.

Die Auslandsgesellschaften der Würth-Gruppe steigerten ihren Umsatz um 11,9 Prozent auf 4,6 Milliarden Euro. Somit konnte sowohl im In- als auch im Ausland ein hervorragendes zweistelliges Wachstum erzielt werden. Im internationalen Umsatzranking – ohne Deutschland – belegten drei europäische Gesellschaften die ersten Plätze, allen voran Würth Spanien mit einem Umsatz von 449 Millionen Euro. Würth Spanien übertraf damit das hohe Wachstumsniveau der Würth-Gruppe und steigerte den Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 13,2 Prozent. Auf den Plätzen zwei und drei folgten die Würth Gesellschaften in Italien und Frankreich.

Die Division Bau wächst um 20 Prozent

Bei divisionaler Betrachtungsweise der 128 Gesellschaften der Würth-Linie zeigt sich deutlich, dass insbesondere die Division Bau vom wirtschaftlichen Aufschwung profitieren konnte. Mit einer Steigerung von 20,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr löste sie den vorjährigen Spitzenreiter, die Division Industrie, ab. Bei absoluter Betrachtung ist die Division Metall mit 1,3 Milliarden Euro dennoch der stärkste Umsatzträger innerhalb der Würth-Linie. Knapp dahinter lag die Division Auto mit 1,2 Milliarden Euro. Nahezu zweistellig konnte die Holz-Division ihren Umsatz um 9,3 Prozent auf 1,0 Milliarden Euro gegenüber dem Vorjahr steigern. Die Division Industrie verbesserte ihren Umsatz um 15,1 Prozent auf 533 Millionen Euro. Hier zeigt sich, dass die Industrie-Division nicht nur auf dem deutschen Markt das Vertrauen der Kunden gewonnen hat, sondern ebenso weltweit.

Die 242 Allied Companies der Würth-Gruppe erzielten im abgelaufenen Geschäftsjahr einen weltweiten Umsatz von 3,2 Milliarden Euro, was einer Steigerung von 14,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Der Anteil stieg in den letzten zehn Jahren von 28,4 Prozent auf mittlerweile 41,5 Prozent.



Deutschland

Umsatz in Mio. EUR	3.122
Anteil in %	40,3
Mitarbeiter	15.298
Außendienstmitarbeiter	4.606

Westeuropa

Umsatz in Mio. EUR	1.413
Anteil in %	18,2
Mitarbeiter	10.257
Außendienstmitarbeiter	5.664

Südeuropa

Umsatz in Mio. EUR	1.274
Anteil in %	16,4
Mitarbeiter	12.054
Außendienstmitarbeiter	9.132

Osteuropa

Umsatz in Mio. EUR	341
Anteil in %	4,4
Mitarbeiter	5.225
Außendienstmitarbeiter	3.087

Skandinavien

Umsatz in Mio. EUR	442
Anteil in %	5,7
Mitarbeiter	2.289
Außendienstmitarbeiter	1.026

Amerika

Umsatz in Mio. EUR	934
Anteil in %	12,1
Mitarbeiter	6.202
Außendienstmitarbeiter	3.330

Asien, Afrika, Ozeanien

Umsatz in Mio. EUR	222
Anteil in %	2,9
Mitarbeiter	3.581
Außendienstmitarbeiter	2.175

Umsatz nach Regionen

Die frühzeitige Internationalisierung ist einer der zentralen Erfolgsfaktoren der Würth-Gruppe. Prof. Dr. h. c. Reinhold Würth erkannte bereits zu Beginn der 60er Jahre des letzten Jahrhunderts, dass für die erfolgreiche Entwicklung seiner Unternehmensgruppe die Ausschöpfung der weltweit vorhandenen Marktpotenziale notwendig ist. Waren anfangs noch die Nachbarstaaten von Deutschland das primäre Ziel der Expansion, so weitete die Würth-Gruppe ihre Präsenz nach und nach auf alle Kontinente aus. Auch 2006 wurde die Verstärkung dieser internationalen Ausrichtung durch die weitere Gründung von Gesellschaften sowie durch den Zukauf von Unternehmen unterstrichen. Mittlerweile ist die Würth-Gruppe zum Beispiel auch in Kolumbien sowie in der Mongolei und damit insgesamt mit 370 Gesellschaften in 83 Ländern vertreten. Vom Gesamtumsatz in Höhe von 7,7 Milliarden Euro entfallen 40,3 Prozent auf Deutschland. Im Ausland wurde mit 4,6 Milliarden Euro ein Anteil von 59,7 Prozent erwirtschaftet.

Deutschland

Deutschland ist traditionell der umsatz- und mitarbeiterstärkste Einzelmarkt in der Würth-Gruppe. Hier hat auch die größte Einzelgesellschaft und zugleich Keimzelle der Würth-Gruppe, die Adolf Würth GmbH & Co. KG, ihren Sitz. In den über 60 Jahren ihres Bestehens entwickelte sie sich zu einem überdurchschnittlich erfolgreichen Unternehmen mit mehr als 4.600 Mitarbeitern im Innen- und Außendienst. 2006 erwirtschaftete die Adolf Würth GmbH & Co. KG einen Außenumsatz von 814 Millionen Euro. Das entspricht einem Anteil am Gesamtumsatz der Würth-Gruppe von 10,5 Prozent. Dies unterstrich einmal mehr ihren Anspruch als Flaggschiff des Konzerns.

Insgesamt erzielten alle 74 deutschen operativen Gesellschaften einen Umsatz von 3,1 Milliarden Euro bei einem Wachstum von 12,3 Prozent. Der Anteil am Gesamtumsatz der Würth-Gruppe blieb damit stabil. Positiv ist, dass im Geschäftsjahr 2006 innerhalb der deutschen Gruppe mehr als 1.000 neue Arbeitsplätze

Die Würth-Gruppe weltweit
 ■ Länder, in denen
 Würth vertreten ist



geschaffen wurden. Zum Wirtschaftswachstum haben auch die Investitionen der deutschen Gesellschaften innerhalb der Würth-Gruppe beigetragen, die mit 238 Millionen Euro deutlich über dem vergangenen Jahr lagen.

Westeuropa

Mit der Gründung der ersten Auslandsgesellschaft in den Niederlanden startete 1962 der weltweite Expansionskurs der Würth-Gruppe. Zu dieser Region zählen die Beneluxstaaten, Frankreich, Großbritannien, Island, Irland, Liechtenstein, Österreich und die Schweiz, die sehr etablierte Unternehmen beheimaten, welche bereits auf eine beachtliche Firmenhistorie zurückblicken können. Mit 1,4 Milliarden Euro Umsatz und einem Wachstum von 9,4 Prozent ging der Umsatzanteil der Region zwar etwas zurück, dennoch behaupteten die Gesellschaften ihren zweiten Platz im Umsatzranking der Regionen und in Bezug auf die Ertragskraft sogar die führende Position. Erstmals waren in Westeuropa mehr als 10.000 Mitarbeiter beschäftigt, davon 5.664 im Außendienst.

Südeuropa

Knapp ein Drittel aller Verkäufer der Würth-Gruppe sind in Südeuropa beschäftigt. Damit verfügt die Region über die größte Außendienstmannschaft innerhalb der Würth-Gruppe. Auch das Verhältnis Außendienst- zu Innendienstmitarbeiter ist hier mit drei zu eins am größten. Mehr als 9.000 Verkäufer kümmern sich täglich um die Belange unserer Kunden. Vor allem unsere Würth-Gesellschaft in Spanien verhilft der Region Südeuropa zu dieser Spitzenposition und stellt mit knapp 3.500 Außendienstmitarbeitern die größte Verkaufsmannschaft einer Gesellschaft in der Würth-Gruppe. Mit einem Wachstum von 7,2 Prozent liegt hier die Multiplikation – das heißt der Ausbau des Außendienstes – auch über dem Durchschnitt der

Würth-Gruppe von 5,6 Prozent. Darüber hinaus ist Würth Spanien in Bezug auf die Profitabilität eine unserer Vorzeigegesellschaften in der Würth-Gruppe.

Insgesamt erwirtschaftete die ertragsstarke Region mit Gesellschaften in Spanien, Portugal, Italien, Griechenland, Zypern, der Türkei und Malta einen Umsatz von 1,3 Milliarden Euro und liegt damit auf Platz drei im Umsatzranking hinter Deutschland und Westeuropa. Das Umsatzwachstum von 6,9 Prozent wurde im Wesentlichen organisch erzielt. Ein nennenswerter Zukauf in der Region ist das Unternehmen Masidef S.r.l. in Italien, ein Zulieferer für Baumärkte mit einem Umsatzvolumen von 17 Millionen Euro pro Jahr.

Osteuropa

Mit einem im Vergleich zur gesamten Würth-Gruppe überdurchschnittlichen Umsatzwachstum von 20,1 Prozent auf 341 Millionen Euro erhöhte die Region Osteuropa ihre Marktpräsenz und ihren Umsatzanteil in der Würth-Gruppe von 4,1 Prozent auf 4,4 Prozent. Die seit Jahren ungebrochene Wachstumsdynamik in der Region führte dazu, dass sich der Umsatzanteil in den letzten zehn Jahren mehr als verdoppelte. Der strategische Fokus in dieser Region liegt dabei in der Multiplikation unserer Geschäftsmodelle.



So sind neben der Würth-Linie alle Geschäftseinheiten mit eigenen Gesellschaften vertreten. Mit der Gründung der Fega Russland wurde 2006 beispiels-

weise der Bereich Elektrogroßhandel weiter internationalisiert. Nicht zuletzt aufgrund der Erweiterung der Europäischen Union im Januar 2007 um Bulgarien und Rumänien rechnen wir auch künftig mit positiven Wachstumsimpulsen in dieser Region.

Skandinavien

Skandinavien ist seit Jahren die Region mit der größten Marktdurchdringung unserer Würth-Linie-Gesellschaften. Der Erfolg der Region basiert größtenteils auf den etablierten und äußerst professionell agierenden Gesellschaften in Finnland, Norwegen und Dänemark. Zusammen mit der Gesellschaft in Schweden wurde insgesamt ein Umsatz von 442 Millionen Euro erzielt. Der Umsatzanteil kann seit Jahren auf einem Niveau von 5,7 Prozent gehalten werden. Dies zeigt, dass auch die etablierten Gesellschaften mit einer bereits hohen Marktausschöpfung noch über genügend Wachstumspotenziale verfügen. Hervorstechendes Merkmal der Region Skandinavien ist die hohe Profitabilität, die deutlich über dem Durchschnitt der Würth-Gruppe liegt.

Amerika

Unsere Gesellschaften auf dem amerikanischen Kontinent überzeugten 2006 durch ein dynamisches Umsatzwachstum von 16,9 Prozent auf 934 Millionen Euro und leisteten dadurch einen bedeutenden Anteil an der Umsatzentwicklung der Würth-Gruppe.

Nach einer Phase fokussierten Wachstums durch Akquisitionen Mitte bis Ende der neunziger Jahre war der Beginn dieses Jahrzehnts durch eine Strukturierungs- und Konsolidierungsphase der Geschäftsaktivitäten in den USA gekennzeichnet. Als Folge erzielten unsere US-Gesellschaften 2006 das höchste Ergebnis seit ihrer Zugehörigkeit zur Würth-Gruppe. Der nordamerikanische Kontinent ist auch weiterhin eine Fokusregion der Würth-Gruppe.

So wurde im vergangenen Jahr durch den Zukauf der McFadden's Hardwood & Hardware Inc. in Kanada – ein Handelsunternehmen im Bereich Holz – und durch die Gründung der Würth Red Label – sie repräsentiert die Division Metall der Würth-Linie – die Marktpräsenz erhöht und das Fundament für weiteres profitables Wachstum vergrößert.

Eingebettet in die sowohl wirtschaftlich als auch finanzpolitisch entspannte Lage in Südamerika entwickelten sich unsere Gesellschaften in dieser Region in den letzten Jahren äußerst positiv. Mit einer Wachstumsgeschwindigkeit von über 50 Prozent liegt die Teilregion an der Spitze der Würth-Gruppe. Begünstigt wurde diese Entwicklung durch die erstmalige Akquisition zweier Unternehmen in Brasilien. Aber auch organisch liegt das Umsatzwachstum mit knapp 40 Prozent immer noch an erster Stelle innerhalb der Gruppe

und zeugt vom professionellen Agieren unserer Gesellschaften in Südamerika. Mit der Gründung von Würth Kolumbien wurde ein weiteres Land für die Würth Weltkarte erschlossen.

Insgesamt sind 6.202 Mitarbeiter in Süd- und Nordamerika für die Würth-Gruppe tätig, davon 3.330 im Außendienst. Allein Würth Brasilien beschäftigte Ende 2006 über 1.300 Verkäufer und liegt damit unter den Top-Ten-Gesellschaften der Würth-Gruppe.

Asien, Ozeanien und Afrika

Innerhalb dieser Region ist Ozeanien mit Australien und Neuseeland momentan der Markt mit dem größten Umsatzanteil. Mit sieben operativen Gesellschaften wurde 2006 ein Umsatz von rund 90 Millionen Euro erwirtschaftet und damit etwas mehr als ein Prozent des Gesamtumsatzes der Würth-Gruppe. Besonders in Australien lag der strategische Fokus der vergangenen Jahre auf dem Ausbau von Handelsgesellschaften für die industrielle Versorgung mit Montageteilen sowie spezialisierten Unternehmen für DIN- und Normteile im Edelstahlbereich. 2006 wurde mit dem Zukauf der James Glen Pty. Ltd. der Bereich Edelstahl weiter verstärkt.

Derzeit kleinste Region innerhalb der Würth-Gruppe ist der afrikanische Kontinent. Hier steht die Würth-Gruppe, was die regionale Ausdehnung anbelangt, noch am Anfang ihrer Möglichkeiten.

Enorme Wachstumspotenziale sehen wir für die Region Asien mit den Zukunftsmärkten Indien und China. Gerade hier hat die Würth-Gruppe in den vergangenen Jahren verstärkt Unternehmen gegründet bzw. akquiriert, um die Marktpräsenz in diesen äußerst dynamischen Ländern zu erhöhen. So wurde am 14. September 2006 ein Kooperationsvertrag zwischen der Würth International AG mit Sitz in Chur und der Shenyang European Union Development Zone unterzeichnet. Damit wurde das Engagement der Würth-Gruppe zur Errichtung eines Würth Industrial Park in der nordchinesischen Stadt Shenyang in Höhe von zunächst 30 Millionen US-Dollar auf einer Grundfläche von 30 Hektar festgeschrieben. Würth beabsichtigt mit dieser strategischen Investition in mehreren Ausbaustufen Produktionsstätten für den chinesischen Markt zu schaffen, die anfänglich 400 Mitarbeiter, bis zur Endausbaustufe 3.000 Mitarbeiter beschäftigen sollen.

Insgesamt konnten die Regionen Asien, Ozeanien und Afrika ihren Umsatz auf 222 Millionen Euro steigern und damit den Anteil am Gesamtumsatz der Würth-Gruppe von 2,5 Prozent auf 2,9 Prozent verbessern.

Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage

Betriebsergebnis steigt auf neue Rekordhöhe

„Wachstum ohne Gewinn ist tödlich“ ist ein zentraler Unternehmensleitsatz, der auch für das Jahr 2006 bestimmend war. Die Würth-Gruppe hat im abgelaufenen Geschäftsjahr mit 515 Millionen Euro ein neues Rekordbetriebsergebnis vor Steuern erzielt und übertraf die bisherige Bestmarke aus dem Jahr 2005 (455 Millionen Euro) um 13,2 Prozent. Bereits das fünfte Jahr in Folge konnte die Würth-Gruppe damit das Betriebsergebnis überproportional zum Umsatz steigern. Dies führte erneut zu einem Anstieg der Umsatzrendite von 6,6 Prozent im Jahr 2005 auf 6,7 Prozent im Jahr 2006. Unter dem Betriebsergebnis verstehen wir das Ergebnis vor Ertragsteuern, Abschreibungen auf Firmenwerte und Finanzanlagen sowie ergebniswirksamen Veränderungen der als Fremdkapital ausgewiesenen Minderheitsanteile. Sowohl beim Umsatzwachstum als auch beim Betriebsergebniswachstum spielen die Akquisitionen des vergangenen Jahres eine untergeordnete Rolle, sodass das Betriebsergebnis zum überwiegenden Teil organisch erwirtschaftet wurde.

In Deutschland lag der Gewinnzuwachs bei erfreulichen 15,5 Prozent auf 134 Millionen Euro (Vorjahr: 116 Millionen Euro). Dies spiegelt den allgemeinen konjunkturellen Aufschwung in dieser Region wider, ist aber auch Ergebnis unserer professionellen, konsequenten und effizienten Marktbearbeitung. 74,0 Prozent des Konzernbetriebsergebnisses werden im Ausland erzielt. Unsere internationalen Gesellschaften steigerten das Betriebsergebnis gegenüber dem Vorjahr um 12,4 Prozent auf 381 Millionen Euro.

Das Umsatzwachstum der Würth-Gruppe 2006 zog aufgrund gestiegener Beschaffungspreise auf unseren Einkaufsmärkten ein leicht überproportionales Wachstum des Materialaufwandes nach sich. Im Gegensatz hierzu führte die Produktivitätsverbesserung der Mitarbeiter zu einer unterproportionalen Steigerung des Personalaufwands. Der Anstieg der sonstigen betrieblichen Aufwendungen lag geringfügig über dem Umsatzwachstum. Ursache hierfür sind neben gestiegenen Betriebskosten unter anderem periodenfremde Aufwendungen zur Risikoversorge für steuerliche Außenprüfungen und steuerstrafrechtliche Ermittlungsverfahren. Der Anstieg der tatsächlichen Steuerquote ist zum einen auf die im Vergleich zum Geschäftsjahr 2005 deutlich geringeren Steuererträge aus der Aktivierung von Verlustvorträgen zurückzuführen. Dieser Effekt fällt im Jahr 2006 weitgehend aus. Zum anderen sind die Ertragsteueraufwendungen unter anderem aufgrund der geänderten steuerlichen Abzugsfähigkeit von Kraftfahrzeugkosten in Italien sowie aufgrund von periodenfremden Aufwendungen zur Risikoversorge im Zusammenhang mit steuerlichen Außenprüfungen und steuerstrafrechtlichen Ermittlungsverfahren angestiegen. Der Jahresüberschuss reduzierte sich entsprechend.



Investitionsvolumen ist weiter gestiegen

Die Würth-Gruppe hat 2006 insgesamt 425 Millionen Euro in Sachanlagen, immaterielle Vermögensgegenstände und Finanzanlagen investiert. Schwerpunkte waren Neubauten im Lagerbereich sowie deren Erweiterungen. Darüber hinaus wurde in technische Anlagen und Maschinen für die Produktionsbetriebe der Würth-Gruppe im In- und Ausland investiert. Die größte Einzelinvestition wurde in Deutschland getätigt. Sie betraf die Errichtung einer Produktionsstätte der Würth Solar für CIS-Solarmodule, die CISfab in Schwäbisch Hall mit einem Gesamtinvestitionsvolumen von 55 Millionen Euro. Davon entfielen bereits 10 Millionen Euro auf das Jahr 2005.

Der Brutto Cashflow betrug 605 Millionen Euro und lag somit wieder über dem Investitionsvolumen. Das Verhältnis von Investitionen zu Brutto Cashflow betrug 70,2 Prozent. Dies verdeutlicht, dass die Würth-Gruppe 2006 in der Lage war, die zum Wachstum notwendigen Investitionen aus selbst erwirtschafteten Mitteln zu tätigen.

Einkauf

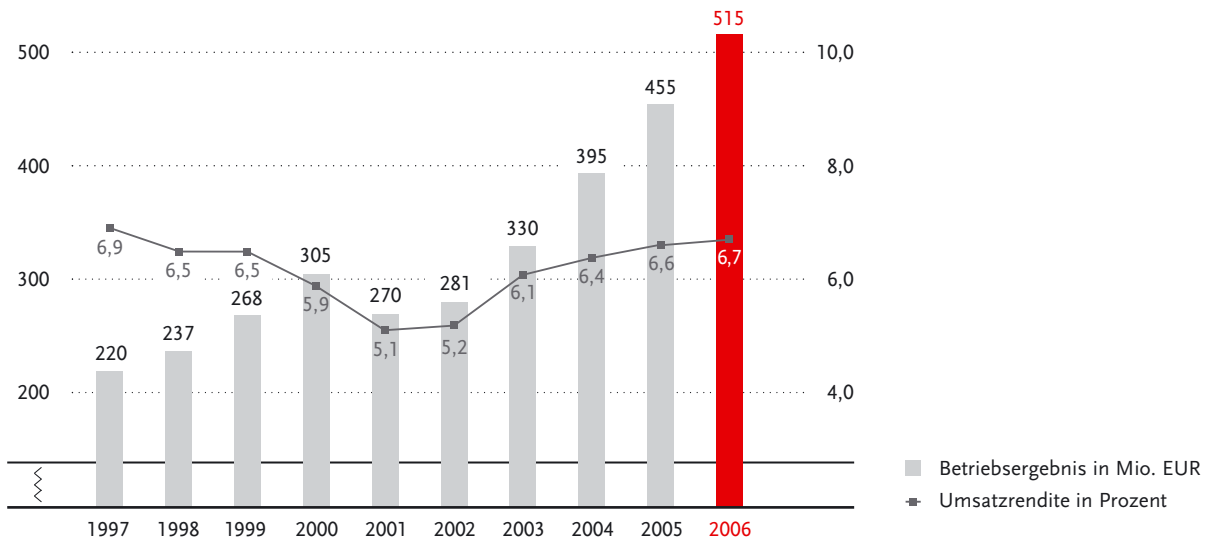
Im Jahr 2006 sah sich der Einkauf der Würth-Gruppe einmal mehr mit einem Verkäufermarkt konfrontiert. Bei verschiedenen Rohstoffen kam es zu Versorgungsengpässen. Als direkte Auswirkung

der zeitweisen Verknappung des Stahls mussten Einbußen bei der Lieferbereitschaft befürchtet werden. Die Explosion des Rohölpreises führte zu massiven Preisforderungen bei ölbasieren Produkten. Die gleiche Konsequenz hatte die Steigerung der Energiekosten. Eine weitere Herausforderung stellten die knappen Transportkapazitäten und damit verbunden die weiter wachsenden Transportkosten dar. Abgerundet wurde dieses Szenario durch die Entwicklung der Währungsparitäten.

Trotz dieses fordernden Umfeldes ist es dem Einkauf gelungen, zum einen den hervorragenden Lieferservicegrad des gesamten Produktspektrums sicherzustellen und zum anderen die Entwicklung der Beschaffungspreise zu kontrollieren. Im strategischen Einkauf wurden hauptsächlich folgende Ziele weiter verfolgt: der Ausbau der Global-Sourcing-Aktivitäten, die weitere Optimierung der Supply Chain sowie die qualitative Verbesserung der IT-Werkzeuge.

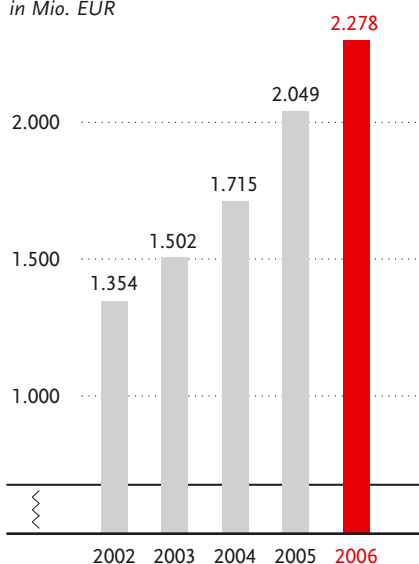
Im Rahmen des Global Sourcing wurde die Präsenz auf den fernöstlichen Beschaffungsmärkten gefestigt und ausgebaut. Das internationale Projekt „Strategisches Lieferantenmanagement“ hat zum Ziel, durch verbesserte Beurteilungskriterien das Lieferantenportfolio transparenter und sicherer zu gestalten. Die höhere Transparenz im Verhältnis zum Lieferanten wird dann zur Steigerung der Effizienz der Supply Chain eingesetzt.

Betriebsergebnis und Umsatzrendite vor Steuern Würth-Gruppe



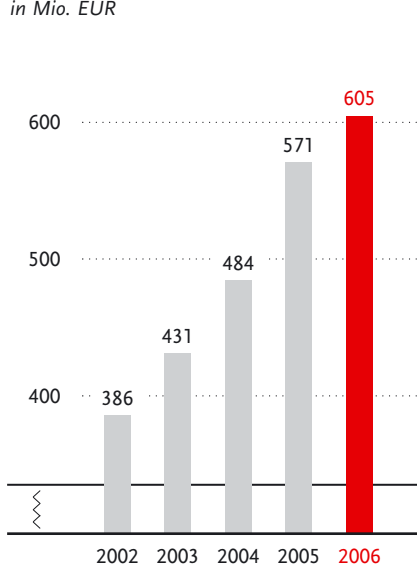
Eigenkapital Würth-Gruppe

in Mio. EUR



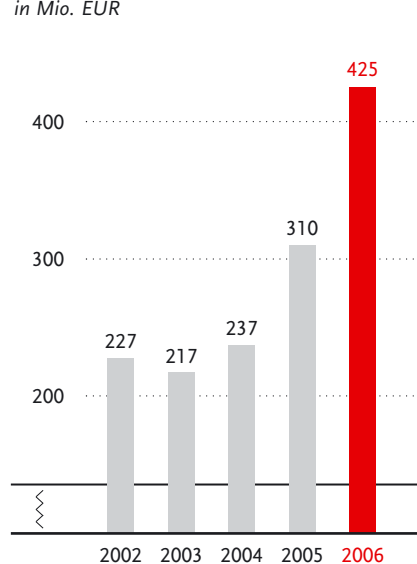
Brutto Cashflow Würth-Gruppe

in Mio. EUR



Investitionen Würth-Gruppe

in Mio. EUR



Ein weiteres zukunftsweisendes Projekt war 2006 die Erarbeitung einer internationalen Datenaustauschplattform, die Synergien für Konzerngesellschaften verfügbar machen wird.

Für das Jahr 2007 sind keine dramatischen Veränderungen auf den Beschaffungsmärkten abzusehen. Wie uns allerdings die Entwicklung 2006 bereits zeigte, hat die fortschreitende Globalisierung eine verstärkte Volatilität dieser Märkte zur Folge. Damit wir das gute Niveau unseres Lagerumschlags auch künftig beibehalten und sogar noch verbessern können, wird in den kommenden Monaten die Optimierung der Dispositionen und des Sortimentscontrollings im Fokus stehen. Alle Maßnahmen, die ergriffen werden, stehen natürlich immer unter der zwingenden Vorgabe, dass der Lieferservice unseren Kunden gegenüber auf bewährtem hohem Niveau gehalten wird.

Vorräte und Forderungen

Die Optimierung des Working Capitals, insbesondere der Vorräte und Kundenforderungen, stellt eine der zentralen Aufgaben des gesamten Managements der Würth-Gruppe dar. Hohe Lagerbestände sind gleichbedeutend mit einer hohen Kapitalbindung. Um die Liquidität der Würth-Gruppe nicht über die Maße zu beanspruchen, ist es notwendig, dass sich der Lagerbestand häufig umschlägt. Voraussetzung hierfür ist eine effiziente und optimierte Disposition

der Waren. In der Würth-Gruppe dient der Lagerumschlag als Hauptkennzahl zur Bewertung des Bestandsmanagements. Im Vergleich zu 2005 hat sich der Lagerumschlag im Jahr 2006 insgesamt leicht von 6,0- auf 5,9-mal reduziert. Der Lagerbestand wuchs um 17,9 Prozent. Neben dem Umsatzwachstum und der Erhöhung der Rohstoffpreise haben die akquirierten Unternehmen mit 21,4 Millionen Euro zur Lagerbestandssteigerung beigetragen. Eliminiert um den Einfluss der Akquisitionen bleibt der Lagerumschlag konstant bei 6,0 und damit auf der Rekordhöhe des Jahres 2005.

Die Debitorentage der Würth-Gruppe sind weiter rückläufig. Zweistelliges Umsatzwachstum durch die Gewinnung neuer Kunden und die expansiven Tätigkeiten in vorhandenen und neuen Geschäftsfeldern führten zu einem Anstieg der Forderungsbestände. Dennoch konnte die Würth-Gruppe durch ein konsequentes Forderungsmanagement, das Einhalten von Kreditlimiten und eine effiziente Zusammenarbeit von Vertrieb und Finanzwesen die Debitorentage im Vergleich zum Vorjahr um 0,3 Tage auf 49,0 Tage reduzieren.

Finanzierung

Das Eigenkapital der Würth-Gruppe wuchs 2006 um 229 Millionen Euro auf 2,3 Milliarden Euro (Vorjahr: 2,0 Milliarden Euro). Aufgrund der gestiegenen Bilanzsumme von 5,1 Milliarden Euro (Vor-



jahr: 4,1 Milliarden Euro) ergibt sich eine Verminderung der Eigenkapitalquote auf 44,8 Prozent (Vorjahr: 49,5 Prozent). Dies ist im Wesentlichen auf die Erstkonsolidierung der Internationales Bankhaus Bodensee AG zurückzuführen, die eine Bilanzsumme von 560 Millionen Euro ausweist. Dennoch verfolgt die Würth-Gruppe eine konsequente Politik der Thesaurierung, um für künftiges Wachstum gerüstet zu sein.

Die Würth Finance International B.V. hat im Jahr 2006 eine Anleihe über 100 Millionen Euro begeben. Die Anleihe hat eine Laufzeit von sieben Jahren und ist mit 4,25 Prozent verzinst. Aufgrund der guten Bonität der Würth-Gruppe konnten insbesondere institutionelle Investoren gewonnen werden. Zusätzlich wurden von der Würth Group of North America Inc., USA mittels eines US Private Placement 50 Millionen US-Dollar aufgenommen. Die Laufzeit dieser strukturierten Transaktion beträgt 13 Jahre. Der Coupon für die ersten drei Jahre liegt bei 4,55 Prozent und für die folgenden zehn Jahre bei 5,62 Prozent zuzüglich des in drei Jahren gültigen Credit Spreads der Würth-Gruppe. Die Mittel aus der Anleihe und dem Private Placement dienen der Rückzahlung einer am 21. Juni 2006 fällig gewordenen Anleihe über 150 Millionen Euro sowie der Finanzierung künftigen Wachstums. Die Würth-Gruppe ist mit vier Anleihen und zwei US Private Placements am Kapitalmarkt vertreten. Hieraus stehen langfristig Mittel mit einer verlässlichen Verzinsung zur Verfügung, die uns helfen, das Unternehmenswachstum stabil zu finanzieren. Die kurzfristigen Schulden resultieren überwiegend aus dem operativen Geschäftsbetrieb.

Die Bewertung der finanziellen Situation der Würth-Gruppe im Jahr 2006 durch die führenden Rating-Agenturen Standard & Poor's und FitchRatings ergab nicht nur ein erneut positives Bild der Bonität und der Entwicklungschancen des Unternehmens, sondern bestätigte auch das bisherige Rating „A/outlook stable“. Das hervorragende Rating sichert uns günstige Refinanzierungskonditionen und erhöht das Vertrauen unserer Kunden und Lieferanten.

Neugründungen und Zukäufe

Ein Baustein der Wachstumsstrategie der Würth-Gruppe beruht auf dem Grundsatz, zweistellig organisch und zwei bis drei Prozentpunkte durch Akquisitionen zu wachsen. Auch im vergangenen Jahr hat die Würth-Gruppe durch Neugründungen und Akquisitionen eine zusätzliche Beschleunigung im Umsatzwachstum erzielen können. Insgesamt zwölf Gesellschaften wurden im In- und Ausland neu gegründet. Besonders hervorzuheben ist der Markteintritt in Kolumbien und der Mongolei. Beiden Ländern wird ein positives Wirtschaftswachstum prognostiziert. Durch die Gründung der Gesellschaften werden die beiden Märkte zukünftig von der ausge-

zeichneten Qualität hochwertiger Montage- und Befestigungstechnik aus dem Hause Würth profitieren können.

Neben der Expansion in diese beiden neuen Länder wurden vier weitere Gesellschaften der Würth-Linie in Indien, Portugal, den USA und China gegründet. In den angrenzenden Geschäftsfeldern wurden sechs Gesellschaften verteilt auf China, Deutschland, Russland und Singapur eröffnet.

Im Rahmen von Zukäufen wurden sieben Gesellschaften in die Würth-Gruppe integriert. Im Falle der Internationales Bankhaus Bodensee AG wurden die Anteile von 44,76 Prozent auf 88,55 Prozent aufgestockt.

Die Gründungen sind im Einzelnen:

- Würth Mongolei
- Würth Industry, Indien
- Würth Kolumbien
- Würth Modyf, Portugal
- Würth Industry, China
- Würth Red Label, USA
- Hahn + Kolb China, Chongqing
- eiSos iBE Wuxi, China
- eiSos, Singapur
- Würth TeleServices, Deutschland
- Fega, Russland
- Promotional Concepts, Deutschland

Durch Akquisitionen wurden folgende Gesellschaften in die Gruppe integriert:

- Só W. Diesel, Brasilien (Handelsunternehmen im Bereich Industrie)
- James Glen, Australien (Handelsunternehmen im Edelstahlbereich)
- McFadden's, Kanada (Handelsunternehmen im Bereich Holz)
- Internationales Bankhaus Bodensee AG (Bankhaus)
- Action Bolt, Südafrika (Handelsunternehmen im Bereich Industrie)
- AP Winner, Brasilien (Produktion und Verkauf von chemischen Produkten für die Automobil- und Bauindustrie)
- Masidef, Italien (Handelsunternehmen für Baumärkte)
- Nordiska Bult, Schweden (Handelsunternehmen im Bereich Industrie)

Mitarbeiter

Im Mittelpunkt des betrieblichen Geschehens bei Würth steht der Mensch. Respekt und Toleranz prägen dabei die Führungskultur sowie den Umgang der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter untereinander. „Das wichtigste Wort im Umgang miteinander heißt *Danke*“, lautet einer unserer Grundsätze in der Firmenphilosophie. Der Wille zu Aus- und Weiterbildung, ein ausgeprägtes individuelles Engagement und die Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen – das sind Faktoren, die ein Klima schaffen, in dem Wachstum gedeiht: persönliches, soziales und wirtschaftliches. Würth bietet hierfür eine weltweite und lebendige Arbeitsatmosphäre, die nicht nur fordert, sondern auch fördert.

Zum Jahresende 2006 beschäftigte die Würth-Gruppe weltweit 54.906 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Damit stieg die Zahl der Beschäftigten gegenüber dem Vorjahr um 4.139 Mitarbeiter (8,2 Prozent).

Bei Würth ist der Motor des Unternehmens der Außendienst. Unsere Königsdisziplin und eine unserer Kernkompetenzen – das Verkaufen – sowie unser Streben nach kontinuierlichem Wachstum fordern den stetigen Ausbau der Außendienstmannschaft. Unsere Ertragssituation im Jahr 2006 erleichterte und ermöglichte uns weitere Investitionen in den Markt. Vor allem in unseren neuen Wachstums-

märkten Asien und Südamerika konnten wir Multiplikationsraten im Außendienst von über 20 Prozent erzielen. Aber auch in Europa haben wir über 500 neue Verkäufer eingestellt. Insgesamt stieg die Anzahl der Außendienstmitarbeiter um 5,6 Prozent auf 29.020.

Im Innendienst wuchs die Zahl der Mitarbeiter weltweit um 11,2 Prozent auf 25.886 Beschäftigte. Allein in Deutschland konnten 2006 mehr als 1.000 neue Arbeitsplätze geschaffen werden.

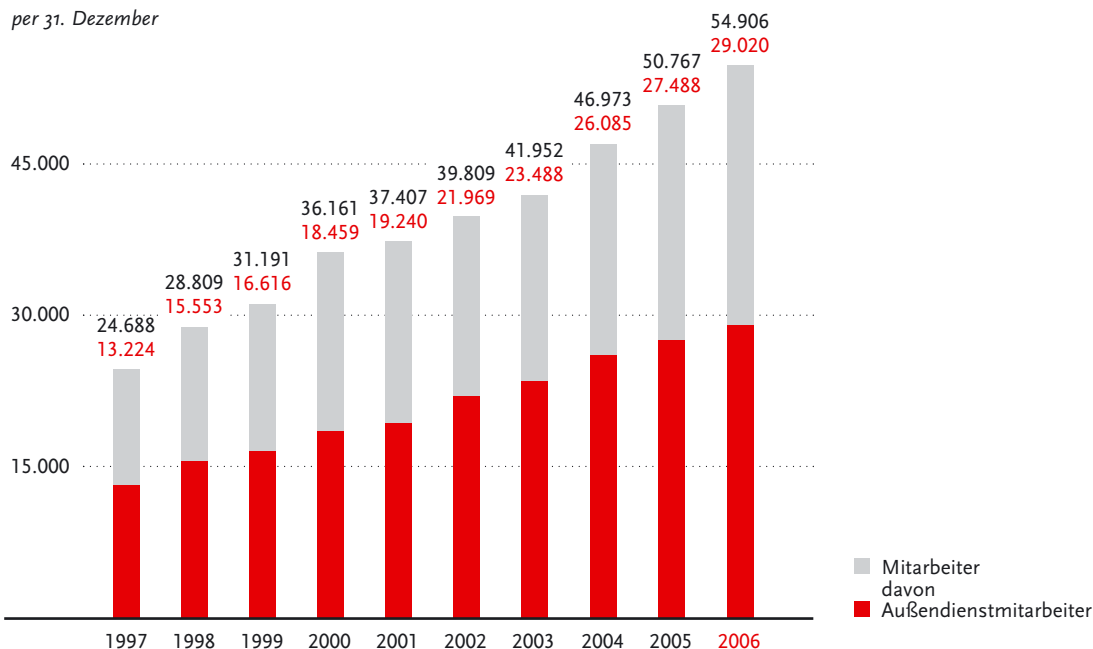
Ausbildung bei Würth

Nicht Produkte, Prozesse oder Dienstleistungen bestimmen den langfristigen Erfolg, sondern die fachlichen, persönlichen und sozialen Kompetenzen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bilden die Säulen, auf denen unternehmerisches Gelingen gründet. Je früher die Menschen in einem Unternehmen dessen Ziele, Strukturen und Abläufe verstehen, sich mit ihnen identifizieren und sie sich zu ihren eigenen Maßstäben machen, desto nachhaltiger und dynamischer gestaltet sich der wirtschaftliche Erfolg.

Würth hat seit Unternehmensgründung diese Maxime immer in den Mittelpunkt gerückt und durch umfangreiche und intensive Ausbildungsarbeit die Nachwuchsförderung als existenzielle Aufgabe verstanden. Allein in Deutschland befinden sich aktuell 766 Menschen in den verschiedenen Konzerngesellschaften in der Ausbildung. Neben der Vermittlung fachlicher Fähigkeiten, dem Wissenstransfer

Mitarbeiter Würth-Gruppe

per 31. Dezember





über Produkte, Prozesse und Kennzahlen steht vor allem die Entwicklung der Persönlichkeit im Vordergrund. Wissen alleine reicht unserer Meinung nach nicht aus, um die Zukunft gestalten zu können. Bereits den Auszubildenden werden bei Würth Möglichkeiten geboten, über den Tellerrand hinauszuschauen. Seminare, Workshops, Projekte, Praktika in Konzernfirmen im In- und Ausland, Kundenkontakte, Sozialpraktika und andere Module schaffen die Voraussetzung, dass der Sprung von der Schule in das Berufsleben praxisbezogen, individuell und herausfordernd mit Spaß gelingt.

Weiterbildung

Ein Unternehmen, das auch morgen erfolgreich sein will, muss heute damit beginnen, seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf die zukünftige Arbeit vorzubereiten. Neues zu entdecken, auszuprobieren und umzusetzen, seine Fähigkeiten zu erweitern und sich einen Standard an Kompetenzen zu erarbeiten, der auf der Höhe der Zeit ist und den Anforderungen der Zukunft entspricht, ist Teil und Herausforderung unserer Unternehmenskultur. Wir sind davon überzeugt, dass der Faktor Human Resources nicht einfach eingekauft werden kann. Die entscheidenden Haltungen und Fähigkeiten entstehen vielmehr in lebendigen Wechselwirkungen mit unserer Führungskultur. Die Würth-Gruppe bietet ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für jeden Qualifizierungsbedarf strukturierte Hilfestellung in Form von Seminaren und Weiterentwicklungsprogrammen an.

Förderung von Managementqualitäten

Professionelle Personalarbeit zeichnet sich insbesondere durch vorausschauendes Denken aus. Führungspositionen besetzen zu können, ohne den großen Bruch, ohne viele Reibungsverluste, ohne eine signifikante Qualitätsminderung – dieser Herausforderung müssen sich Unternehmen stellen, die wie Würth aufgrund ihrer starken Wachstumsgeschwindigkeit auch einen erhöhten Bedarf an Führungskräften haben. Bei Würth hat die Nachwuchsförderung deshalb einen großen Stellenwert. Ziel ist, unsere Führungspositionen aus den eigenen Reihen besetzen zu können. Dazu wurden bei Würth entsprechende international ausgerichtete Förderprogramme ins Leben gerufen.

MC Würth nennt sich das Programm, das vor allem Berufseinsteigern mit hohem Entwicklungspotenzial die Möglichkeit bietet, sich für Führungsaufgaben zu qualifizieren und sich langfristig ein Netzwerk aufzubauen. Ziel der dreijährigen Fördermaßnahme ist es, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine attraktive Perspektive für ihren Werdegang innerhalb des Unternehmens zu bieten. Es handelt sich dabei um ein individuelles Förderprogramm, das als obligatorische Bausteine Seminare zur Unternehmens- und Führungskultur und zu allen wichtigen Fachbereichen integriert.

Entwicklung der Mitarbeiterzahlen (per 31. Dezember)

	2005	2006	%
Würth-Linie Deutschland	5.000	5.183	+ 3,7
Allied Companies Deutschland	9.263	10.115	+ 9,2
Würth-Gruppe Deutschland	14.263	15.298	+ 7,3
Würth-Gruppe Ausland	36.504	39.608	+ 8,5
Würth-Gruppe gesamt	50.767	54.906	+ 8,2
<i>davon:</i>			
Außendienst	27.488	29.020	+ 5,6
Innendienst	23.279	25.886	+ 11,2

An Mitarbeiter, die bereits einige Jahre Erfahrung als Führungskraft in der Würth-Gruppe haben, richtet sich das High-Potential-Programm. Es widmet sich der Aufgabe, hervorragende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit weiterem Entwicklungspotenzial rechtzeitig so zu qualifizieren, dass sie bei Bedarf Positionen im Topmanagement ihrer Gesellschaft oder auch auf Konzernebene übernehmen können. Vor dem Hintergrund einer realistischen beruflichen Perspektive werden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hierbei durch Training on the job sowie Seminare und Schulungen zielgerichtet gefördert und individuell auf ihre zukünftigen Aufgaben vorbereitet. Dabei bietet das Unternehmen den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern größtmögliche Freiräume, selbstdefinierte Projekte in Eigeninitiative voranzutreiben.

Dank der Konzernführung

Würth fordert und fördert Leistung – vergessen wird dabei vor allem eines nicht: der Dank. Im Jahr 2006 haben wir in vier Monaten einen Umsatzrekord gefeiert. Dieser Erfolg kommt nicht von ungefähr – dahinter steckt harte Arbeit und der persönliche Einsatz jedes Einzelnen. Mit ihrer motivierten Arbeit und einer hohen Verantwortungsbereitschaft prägen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das Bild unseres Unternehmens. Dies ist für die herausragenden Ergebnisse der Würth-Gruppe ganz entscheidend. Die Konzernführung dankt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern herzlich für ihren Einsatz und ihre Loyalität zum Unternehmen.

Ein besonderer Dank gilt auch unseren Betriebs- und Vertrauensräten, die in ihrer konstruktiven Zusammenarbeit die Geschäftspolitik nicht nur begleitet, sondern mitgetragen und tatkräftig unterstützt haben.

Forschung und Entwicklung, Umweltschutz

Forschung und Entwicklung

Innovationen werden meist mit High-Tech-Produkten assoziiert, zum Beispiel mit Mikrochips, Computern oder medizinischen Apparaturen. Innovationen sind jedoch der Schlüssel zum Erfolg für alle Branchen. Auch bei unseren Dienstleistungen, in der Unternehmensorganisation oder in der Logistik sorgen kundennahe Innovationen für Wettbewerbsvorteile.

Im weltweit operierenden Handelskonzern Würth spielt das Innovationsmanagement seit Jahren eine zentrale Rolle. Würth hat über 100.000 Produkte im Sortiment, jährlich kommen rund 8.000 neue Produkte hinzu. Eine Vielzahl wird durch einen Relaunch verändert und optimiert. Uns leitet dabei stets die Devise: „Qualität schlägt Preis“. Das heißt, an erster Stelle steht für uns eine Topqualität und erstklassiger Service. Alle Produkte durchlaufen deshalb rigorose Qualitätschecks. Sie werden mit den Wünschen der Kunden kontinuierlich abgeglichen, um neue Lösungen möglichst schon anbieten zu können, bevor ein Problem beim Kunden aktuell wird. Dieser Aufgabe widmen sich rund 200 Mitarbeiter der Bereiche Forschung und Entwicklung sowie des Produktmanagements. Mit Erfolg: Etwa 40 Prozent des Umsatzes werden mit Produkten erzielt, die nicht älter sind als fünf Jahre.

Aktuellstes Beispiel für Innovation innerhalb der Würth-Gruppe ist die größte Einzelinvestition des Unternehmens von 55 Millionen Euro in die CISfab der Würth Solar – ein Unternehmen der Würth Elektronik-Gruppe unter dem Dach der Allied Companies. Basierend auf Forschungen der Universität Stuttgart und des Zentrums für Sonnenenergie- und Wasserstoffforschung Baden-Württemberg (ZSW) ist es Würth Solar durch herausragende Ingenieurleistung nach fünfjähriger Pilotphase gelungen, ein Produktionsumfeld zu definieren und umzusetzen, das hinsichtlich Produktivität und Ausbeute Großserienmaßstäben gerecht wird.

Neben Auswahl und Entwicklung neuer Produkte sind zudem Innovationen in der Kundenbetreuung wesentliche Faktoren für die erfolgreiche Unternehmensentwicklung der Würth-Gruppe. Als Handelsunternehmen, das auf intensive persönliche Betreuung der Kunden setzt, ist Würth viel näher am Kunden als zum Beispiel Fertigungsunternehmen. Diese Chance, die Wünsche der Kunden täglich besser kennen zu lernen und mit passenden Produkten und Services zu erfüllen, ist zugleich die größte Herausforderung für das Unternehmen. Um Verbesserungen gezielt und systematisch zu fördern und schnell umzusetzen, hat Würth eine Reihe von Instrumenten entwickelt, welche die Innovation zum integralen Bestandteil der Unternehmensführung macht.

Umweltschutz

Ökologie ist für die Würth-Gruppe ein entscheidender Bestandteil der Unternehmensphilosophie. Wir achten bei der Auswahl unserer Sortimente und Lieferanten stets darauf, den nach dem Stand der Technik bestmöglichen Schutz der Umwelt zu gewährleisten. Seit 1994 unterhalten wir ein integriertes Managementsystem für Qualität, Arbeits-, Gesundheits- und Umweltschutz. Das System ist nach den internationalen Normen ISO 9001:2000 und ISO 14001:2004 zertifiziert. Zur Aufrechterhaltung werden wir jedes Jahr durch externe Auditoren begutachtet. Eine Palette besonders umweltschonender Produkte haben wir selbst entwickelt. Die ABSOBON-Linie von Würth für chemisch-technische Produkte vermindert die Umweltbelastung, reduziert das Gefahrenpotenzial im täglichen Umgang, schont die Rohstoffressourcen und vermeidet Abfall.

Risikomanagement

Wie in den vergangenen Jahren wurde in der Würth-Gruppe auch für das Jahr 2006 eine Erhebung über Risiken der Konzerngesellschaften durchgeführt.

Die Würth-Gruppe ist im Kerngeschäft ein klassisches Handelsunternehmen. Auch die Geschäftspolitik der Allied Companies, welche die angrenzenden Geschäftsfelder zur Würth-Linie bearbeiten, ist zum größten Teil vertriebsorientiert ausgerichtet. Das Geschäftsmodell der Würth-Gruppe ist gekennzeichnet durch ein umfangreiches Sortiment mit über 100.000 unterschiedlichen Produkten, vergleichsweise geringen Auftragswerten und einer breiten Kundenbasis. Mehr als 29.000 Außendienstmitarbeiter besuchen weltweit rund 2,9 Millionen Kunden. Ergebnis hiervon ist eine effektive Risikostreuung. Diese wird verstärkt durch die Dezentralisierung der Geschäftsfelder in 370 rechtlich selbstständige Unternehmen in 83 Ländern. Ferner ist der würth-typische Markt extrem polypolitisch. Somit kann das Geschäftsrisiko der Würth-Gruppe hinsichtlich bestandsgefährdender Risiken als gering eingestuft werden. Zudem ergeben sich aus der oben genannten Unternehmenssituation Chancen, an denen wir unsere strategischen Erfolgsfaktoren ausrichten.

In Zeiten der Globalisierung und Liberalisierung der Märkte werden die Rahmenbedingungen komplexer, Managemententscheidungen müssen zunehmend schneller gefällt werden und damit nimmt die Zeitspanne für das Abwägen von Chancen und Risiken immer weiter ab. Reaktives Handeln ist nicht mehr ausreichend, um im Wettbewerb bestehen zu können. Risiko- und



- > Forschung und Entwicklung, Umweltschutz
- > Risikomanagement

Chancenmanagement müssen daher untrennbarer Bestandteil von Geschäftsprozessen und Unternehmensentscheidungen sein. Demzufolge verfügt die Würth-Gruppe über ein adäquates Risikomanagementsystem, das es ermöglicht, unternehmerische Chancen und Risiken systematisch zu identifizieren, zu erfassen und zu beurteilen. Elemente des Risk-Managements sind neben den internen Kontrollsystemen, der Internen Revision und dem Controlling ein geeignetes Frühwarnsystem, das sich nicht mit Vergangenheitsdaten, sondern vor allem mit den zukünftigen Entwicklungen am Markt befasst. Dadurch wird gewährleistet, dass frühzeitig und planmäßig möglicherweise auftretende Risikofaktoren erkannt werden und entsprechend gegengesteuert werden kann. Die bestehenden Verfahren und Regelungen sind geeignet, den Beirat und die Konzernführung der Würth-Gruppe über die Entwicklung und die Bewältigung der Risiken zeitnah und sachgerecht in Kenntnis zu setzen.

Das Risk-Management ist die Aufgabe der Geschäftsleitung der jeweiligen Konzerngesellschaft. Darüber hinaus gibt es in diesen operativen Einheiten die Person bzw. Funktion des Risk-Managers, der die Geschäftsführung bei der Umsetzung eines funktionsfähigen und effizienten Risikomanagementsystems unterstützt und der in ständigem Kontakt mit dem Risk-Controller der Würth-Gruppe steht. Dieser ist direkt der Beiratsvorsitzenden der Würth-Gruppe unterstellt.

Mit dem Risk-Controlling wurde in der Würth-Gruppe ein zusätzliches Sicherheitsnetz eingeführt. Es stellt einen Regelkreislauf dar, d. h. ein unternehmensweites, bereichsübergreifendes System, das alle Aktivitäten des Umgangs mit Risiken in sich vereint. Daher muss das Risikomanagementsystem als kontinuierlicher Prozess gesehen werden, der die Unternehmung als lernende Organisation betrachtet. Gemäß diesem Ansatz werden seit 1999 die Risiken der Würth-Gruppe systematisch anhand eines Fragebogens erfasst und bewertet. Ziel der Befragung ist, potenzielle Risiken, die die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage eines Unternehmens der Würth-Gruppe mittelfristig oder langfristig gefährden können, zu identifizieren, zu analysieren und zu bewerten. Dadurch soll der Fortbestand des Unternehmens gesichert, das Unternehmen gegen störende Einflüsse abgesichert und der Unternehmenswert gesteigert werden.

Bei den Handelsunternehmen der Würth-Gruppe wird im Bereich der Geschäftsrisiken zwischen externen und internen Risiken unterschieden.

Interne Risiken werden vor allem im Personalbereich und in der IT gesehen. Da über 50 Prozent der Mitarbeiter des Unternehmens Würth im Außendienst beschäftigt sind, werden natürlich auch die größten Risiken im Bereich der Außendienstfluktuation

sowie in mangelnder Außendienstmotivation und in falschen bzw. fehlenden Anreizsystemen gesehen. Bezüglich der Personalrisiken werden im gesamten Konzern bereits umfangreiche Maßnahmen ergriffen, um diese Problematik zu lösen. Zu nennen sind hier die Programme „MC Würth“ und „High Potential“, die sich vor allem mit der Karriereentwicklung der Mitarbeiter befassen. Des Weiteren werden umfangreiche Weiterbildungsmaßnahmen wie ein MBA-Programm und diverse Fernstudienmöglichkeiten angeboten. Hinzu kommen Weiterbildungsveranstaltungen in der Akademie Würth.

Die Würth-Gruppe verfügt über eigene IT-Gesellschaften und IT-Spezialisten, die sich durch regelmäßige IT-Checks mit den Risiken und Problemstellungen der Informationstechnologie in den einzelnen Gesellschaften befassen und diese dadurch minimieren.

Die größten externen Risiken werden in Bezug auf Markt, Wettbewerb und Preise gesehen. Hierbei handelt es sich um ausgesprochen operative Risiken, das heißt diesen kann nur gezielt vom jeweiligen Management in den einzelnen Gesellschaften entgegengewirkt werden.

Die produzierenden Gesellschaften innerhalb der Würth-Gruppe stellen durch sorgfältige Lieferanten- und Materialauswahl sowie zertifizierte Prozesse und umfangreiche Qualitätsprüfungen sicher, dass die Produkte höchsten Ansprüchen, auch für die Automobilindustrie und deren Zulieferer, genügen.

Risiken, die sich aus Verträgen mit Kunden und Lieferanten ergeben können, unterliegen einem klaren und strengen Überwachungsprozess. Die internen Organisationsrichtlinien enthalten Regelungen und Anweisungen, wonach der Abschluss von Verträgen, die eine bestimmte Laufzeit oder ein bestimmtes Volumen überschreiten, die Zustimmung der Führungsgremien erfordert.

Die mit der Produktion und dem Absatz der Produkte der Würth-Gruppe verbundenen Risiken haben wir, auch unter dem Aspekt der Produkthaftung, im Rahmen eines weltweiten Haftpflichtprogramms in wirtschaftlich vertretbarem und branchenüblichem Umfang versichert.

Für alle Risiken, die sich in einem ökonomisch sinnvollen Rahmen versichern lassen, sind Konzernversicherungen abgeschlossen, die auch neu in den Konzern eintretende Gesellschaften umfassen. Dies gilt sowohl für die Handelsgesellschaften als auch für die produzierenden Unternehmen in der Würth-Gruppe. Darüber hinaus besteht für die Produktionsunternehmen ebenso wie für Unternehmen im Finanzdienstleistungsbereich ein Fragebogensystem, das es ermöglicht die einzelnen Risiken für diese Konzerngesellschaften monetär zu bewerten und zu analysieren.

Die Geschäftsaktivitäten der Würth-Gruppe unterliegen des Weiteren finanziellen Risiken, deren Messung, Steuerung und Über-

wachung durch einen systematischen Risikomanagementprozess erfolgen. Im Einzelnen erfolgt dieser Prozess durch das Management der Marktrisiken (im Wesentlichen Zins- und Wechselkursrisiken), Kreditrisiken und Liquiditätsrisiken zentral für die Würth-Gruppe durch die Würth Finance International B.V. Dort unterliegen die Prozesse einer strikten Funktionstrennung zwischen Risiko eingehenden Stellen und Risiko überwachenden Stellen. Die Steuerung finanzieller Risiken erfolgt anhand protokollierter strategischer Handlungsvorgaben. Ergänzt wird dies durch regelmäßige Revisionen. Zur Absicherung der finanziellen Risiken und zur Ertragsoptimierung der finanziellen Mittel setzt die Würth Finance International B.V. derivative Finanzinstrumente ein. Unsere weltweiten Einkaufs- und Verkaufsaktivitäten tragen ebenfalls zur Reduzierung unseres Währungsrisikos bei. Darüber hinaus gewinnen Risiken aus dem regulatorischen Umfeld für uns als ein weltweit tätiges Unternehmen an Bedeutung. Dies betrifft insbesondere die zunehmende Komplexität des Steuerrechts, der wir mit einer hausinternen Expertengruppe sowie dem fallweisen Hinzuziehen externer Berater begegnen. Somit sind in allen Bereichen der Würth-Gruppe unterschiedliche sich kontinuierlich weiterentwickelnde Instrumente vorhanden, die sich mit der Minimierung der Unternehmensrisiken befassen. Soweit möglich existieren Versicherungen gegen Risiken. Nicht versicherbare Risiken werden durch das operative Management anhand von sehr detaillierten Vorgaben und Controllingssystemen systematisch beobachtet und bewertet.

Corporate Governance Bericht

Auch die Würth-Gruppe braucht mit ihren fast 55.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bestimmte Regelungen, die das Verhalten der Menschen und deren Zusammenarbeit mitgestalten oder den Rahmen für unternehmerische Entscheidungen vorgeben.

Die Unternehmensverfassung der Würth-Gruppe besteht neben den festgelegten Regelungen der rechtlichen Struktur aus folgenden Bausteinen:

- Unternehmensphilosophie
- Unternehmenskultur
- Unternehmensethik
- Corporate Governance

Die Unternehmensphilosophie, die von Reinhold Würth geprägt und definiert wurde, bestimmt das Selbstverständnis und Selbstbild der Würth-Gruppe. Die Unternehmenskultur beschäftigt sich in Verbindung mit der Unternehmensethik mit den Fragen, welche Werte und Normen die unternehmerischen Entscheidungen und Handlungen sowie das Verhalten und Zusammenleben der Menschen bestimmen. Die Unternehmenskultur bei Würth ist geprägt von Begriffen wie Dynamik, Leistungsorientierung, Offenheit, Ehrlichkeit, Zuverlässigkeit und Verantwortungsbewusstsein. Die Unternehmensethik gibt die Antwort auf die Frage nach dem richtigen Handeln und Verhalten im Rahmen der gesetzlichen Normen.

Würth ist weltweit tätig. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit, Normen und Verhaltensweisen verbindlich so festzulegen, dass die herrschenden Wertvorstellungen in verschiedenen Ländern und Kulturkreisen nicht verletzt werden. Basierend auf Unternehmensphilosophie und Unternehmenskultur werden in unseren PAP-Regeln (Policy and Procedure Manual) Verhaltenskodizes aufgestellt, um Führungskräften und Mitarbeitern Hinweise zu geben, welches Verhalten und welche Handlungsweise wir von ihnen erwarten.

Corporate Governance umfasst die Regeln und Standards guter sowie verantwortungsvoller Leitung und Überwachung von Unternehmen. Sie steht damit in engem Verhältnis zur Unternehmensethik. Um die erfolgreiche Entwicklung der Würth-Gruppe fortzusetzen und unsere fast 55.000 Arbeitsplätze zu sichern bzw. weitere Arbeitsplätze zu schaffen, haben wir schon vor vielen Jahren Regeln, Verhaltensweisen und Normen für die Ausübung von Führungs- und Überwachungsfunktionen innerhalb der Würth-Gruppe festgelegt. Die Konzernführung ist mit dem Vorstand, der Beirat mit dem Aufsichtsrat einer Aktiengesellschaft vergleichbar. Aktionäre im Sinne des Corporate Governance Kodex sind die Würth Familienstiftungen.

Die Corporate Governance ist in der Würth-Gruppe durch folgende Regelungen und Einrichtungen gewährleistet:

- Duales Führungssystem, d. h. Trennung von operativem Management und Aufsichtsorganen
- Interne Revision
- Prüfung der Einzel- und Konzernabschlüsse durch unabhängige Wirtschaftsprüfer
- Risikomanagement und Risikocontrolling
- Zielsetzungs- und Planungsprozess auf Gesellschafts- und Konzernebene
- Ausgefeilte Controllingmethoden zur Schaffung von Transparenz in den operativen Einheiten
- Rating-Prozess durch zwei internationale Rating-Agenturen



- > Corporate Governance Bericht
- > Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Das Zusammenspiel dieser Elemente betrachten wir als eine gute Basis für eine gelebte Corporate Governance in der Würth-Gruppe.

Der Beirat der Würth-Gruppe hat am 24. November 2006 beschlossen, beginnend mit dem Geschäftsjahr 2006 eine Effizienzmessung in Anlehnung an die Empfehlung 5.6 des Corporate Governance Kodex durchzuführen. Die am 12. Juni 2006 aktualisierte Fassung des Corporate Governance Kodex greift im Punkt 4.2.4 den Inhalt des § 286 Abs. 5 HGB auf. Damit wird die Möglichkeit eröffnet, den Vorstand von der individualisierten Offenlegung seiner Bezüge zu entbinden. Die Würth-Familienstiftungen als Gesellschafter der Würth-Gruppe haben am 23. November 2006 einstimmig die Konzernführung von der Pflicht zur Offenlegung ihrer Einzelbezüge befreit.

Entsprechenserklärung:

Am 24. November 2006 gaben die Konzernführung und der Beirat der Würth-Gruppe die nachfolgende, gemeinsame Entsprechenserklärung für das Jahr 2006 zum Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 12. Juni 2006 ab.

Grundsatzerklärung nach Maßgabe von § 161 AktG:

Wir erklären, dass den vom Bundesministerium der Justiz im amtlichen Teil des elektronischen Bundesanzeigers bekannt gemachten Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ mit nachfolgenden Maßgaben im Jahr 2006 entsprochen wurde und im Jahr 2007 weiterhin entsprochen wird.

Ausnahmen:

Die Empfehlungen des Corporate Governance Kodex sind für uns Leitlinie unseres unternehmerischen Handelns. Dennoch beinhalten diese Regeln Anforderungen, die für ein nicht börsennotiertes Familienunternehmen unangemessen erscheinen oder die sich in zeitlicher beziehungsweise inhaltlicher Hinsicht als zu starr erweisen. Im Einzelnen handelt es sich um nachfolgende Ziffern des Deutschen Corporate Governance Kodex, die ihre Legitimation gemeinsam in der Börsennotierung oder in der Rechtsform der Aktiengesellschaft haben:

- 5.4.7 Erfolgsorientiert ausgestaltete Vergütung des Beirats
- 6.7 Publikation eines Finanzkalenders
- 7.1.1 Veröffentlichung von Zwischenberichten
- 7.1.2 Veröffentlichung des Konzernabschlusses innerhalb von 90 Tagen nach Geschäftsjahresende
- 7.1.5 Beziehung zu Aktionären

Ferner beinhaltet der Corporate Governance Kodex Empfehlungen, die die individuellen Persönlichkeitsrechte einzelner Organmitglieder zu stark einschränken und denen wir Vorrang einräumen. Im Einzelnen handelt es sich um nachfolgende Ziffern des Deutschen Corporate Governance Kodex:

- 4.2.5 Offenlegung der Gesamtvergütung im Vergütungsbericht
- 5.4.7 Detaillierte und individualisierte Veröffentlichung der Bezüge der Beiratsmitglieder im Corporate Governance Bericht

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Mit Wirkung vom 23. Januar 2007 hat die Würth-Gruppe das US-Unternehmen Midcom Inc., Watertown South Dakota übernommen. Die Gesellschaft produziert Transformatoren, die hauptsächlich in Telekommunikationsanwendungen eingesetzt werden. Strategischer Hintergrund der Akquisition ist es, in den USA Wachstum für die Würth Elektronik eiSos-Gruppe durch eine existierende starke Marke zu erzielen, die Kompetenz in der Entwicklung und Produktion von Transformatoren zu erhöhen sowie die notwendige Produktionskapazität für künftiges Wachstum zu sichern. Midcom Inc. beschäftigt in den USA und an zwei Produktionsstandorten in China über 4.200 Mitarbeiter.

Die Würth-Gruppe hat darüber hinaus mit der ersten Ausbauphase des Würth Industrieparks Shenyang begonnen. Durch die Investition in Shenyang sollen vor allem der chinesische und fernöstliche sowie der russische Markt weiter erschlossen werden.

Für das Jahr 2007 ist zur Sicherung des Unternehmenswachstums die Begebung einer weiteren Anleihe in Höhe von 300 Millionen Euro beabsichtigt.

Insgesamt konnte die Würth-Gruppe im ersten Quartal 2007 an die Wachstumsgeschwindigkeit des Jahres 2006 anknüpfen. Der Umsatz wuchs um 10,6 Prozent auf 2,1 Milliarden Euro und auch das Betriebsergebnis verbesserte sich um 12,0 Prozent. Mit diesen Resultaten wurden die Pläne für die ersten drei Monate erfüllt.

Ausblick

Die Prognose der Experten für die weltwirtschaftliche Entwicklung im Jahr 2007 ist optimistisch. Es wird vorausgesagt, dass sich die Weltwirtschaft weiter auf Expansionskurs bewegt. Während zu erwarten ist, dass in den USA aufgrund eines Abflauens des Immobilienbooms das Wachstum schwächer ausfallen wird, werden China und Indien als starke Motoren der Weltwirtschaft weiterhin auf Hochtouren laufen. Auch für die EU wird ein anhaltender Aufschwung prognostiziert.

Die deutsche Wirtschaft könnte im Jahr 2007 ihr Vorjahreswachstum noch einmal übertreffen. Trotz der negativen Auswirkungen der Mehrwertsteuer auf die Binnenkaufkraft werde das BIP um bis zu 2,8 Prozent zulegen, schätzen die Experten. Aufgrund der Abkühlung der Weltwirtschaft und der Aufwertung des Euro werden die Exporte allerdings langsamer steigen. Optimistisch bleibt der Blick auf die Entwicklung der Bauinvestitionen: Diese werden nach jetzigen Erwartungen 2007 zwar etwas an Dynamik verlieren, aber dennoch eine positive Zuwachsrate verzeichnen können.

Alles in allem ist die Würth-Gruppe vor diesem Hintergrund zuversichtlich, ihre ehrgeizigen Ziele für das Jahr 2007 erreichen zu können. Wir planen ein erneut zweistelliges Wachstum – immer vorausgesetzt, dass keine weltwirtschaftlichen oder weltpolitischen Verwerfungen eintreten. Im Bewusstsein, dass wir ohne die Investitionen von heute morgen nicht wachsen können, agieren wir auch weiterhin im Markt. Vor dem Hintergrund der kontinuierlichen Investitionsbereitschaft der Würth-Gruppe in den vergangenen Jahren bleibt auch im kommenden Jahr das Thema Investitionen eines der vorrangigen Strategiethemata der Gruppe.

In puncto Internationalisierung wird ein Schwerpunkt unserer Aktivitäten im osteuropäischen Markt sowie in den asiatischen Ländern liegen. Aber auch unser Heimatmarkt Deutschland steht nach wie vor klar im Fokus unserer Geschäftstätigkeit.

Sowohl am Standort Deutschland als auch international werden wir die Anzahl unserer Mitarbeiter weiter steigern und dabei die Multiplikation unseres Außendienstes stetig vorantreiben. Neben dem quantitativen Aspekt geht es hier zudem um das Ziel, die Nummer eins bei unseren Kunden zu sein, was wir durch hohes Leistungsbewusstsein in Verbindung mit dem Einlösen unseres Serviceversprechens erreichen wollen. Parallel werden wir im Zuge der Vertriebskanalsegmentierung das Netz unserer Abholniederlassungen zur Deckung des Sofortbedarfs unserer Kunden ausbauen.

Innovationskraft stellt innerhalb unseres Expansionskurses kein inhaltsloses Wort dar: Wir wollen nie stehen bleiben und begegnen neuen Geschäftsfeldern und Märkten mit kalkulierbaren Risiken stets mit einer grundlegend offenen Haltung.

Geleitet werden wir bei all unseren Aktivitäten durch die Grundsätze unserer Wachstumsstrategie: Es gilt dabei ein gesundes Verhältnis von organischem Wachstum und Zukäufen zu realisieren. Zudem ist uns der Leitsatz „Wachstum ohne Gewinn ist tödlich“ oberstes Gesetz, sodass bei all unseren Marktoffensiven mindestens die proportionale Steigerung des Betriebsergebnisses im Verhältnis zum Umsatz angestrebt werden muss. Verkürzt lautet das Ziel: wachsen und gleichzeitig profitabel wachsen. Nicht zuletzt schöpfen wir bei all unseren Aktivitäten Kraft und Motivation aus unserer Unternehmenskultur, bei der der Mensch im Mittelpunkt steht.

Unser Unternehmensmotto VIBRIERENDE NEUGIER hat nach 2006 auch im neuen Jahr Gültigkeit, und so gehen wir optimistisch, dynamisch sowie mit Begeisterung und Leidenschaft für unser Geschäft in die Zukunft. Wir haben für das Geschäftsjahr 2007 einen Umsatz von 8,5 Milliarden Euro geplant und erwarten ungeachtet möglicher Aufwendungen für steuerliche Außenprüfungen sowie steuerstrafrechtliche Ermittlungsverfahren ein Betriebsergebnis über Vorjahreshöhe. Auch mittelfristig gehen wir von weiteren Umsatz- und Ergebniszuwächsen aus.

Kunst und Kultur



Kunst und Kultur 2006

Vielfältiges kulturelles und soziales Engagement gehört ebenso zur Würth'schen Unternehmenskultur wie die Verbindung von visionärem Denken mit konkretem Handeln. Aus diesem Grunde wurde auf Initiative von Professor Dr. h. c. Reinhold Würth 1991 ein Museum sowie ein Veranstaltungssaal unter anderem für Vorträge, Tagungen, Konzerte, Lesungen, Kleinkunst in das Verwaltungsgebäude der Künzelsauer Konzernzentrale integriert. 1.600.000 Gäste besuchten seit ihrer Eröffnung 1991 diese Einrichtungen, die sowohl für die Mitarbeiter des Hauses als auch für eine interessierte Öffentlichkeit zu echten Anziehungspunkten geworden sind.

Im Mai 2001 erweiterte sich die museale Plattform des Hauses durch die Eröffnung der Kunsthalle Würth in Schwäbisch Hall. 26 Ausstellungen lockten hier bis heute bereits rund 900.000 Besucher an. Hinzu kamen attraktive Ausstellungsforen in den Würth Konzerngesellschaften Norwegen, Niederlande, Schweiz und ganz aktuell, im Oktober 2006, in Capena bei Rom, die erste italienische Kunstdependance. Aber auch Dänemark und Österreich haben das außergewöhnliche Konzept der „Kunst am Arbeitsplatz“ übernommen und greifen zentrale Aspekte des Unternehmens Würth wie Modernität, Internationalität und Qualität in ihren Kunstpräsentationen auf. Basis aller Aktivitäten ist die mittlerweile rund 10.500 Werke umfassende, international ausgerichtete Sammlung Würth. Sie spiegelt die Entwicklungen der Kunst vom ausgehenden 19. Jahrhundert bis zur Kunst der Gegenwart wider. In jüngerer Zeit kamen auch bedeutende Sammlungsblöcke aus früheren Epochen der Kunstgeschichte hinzu.

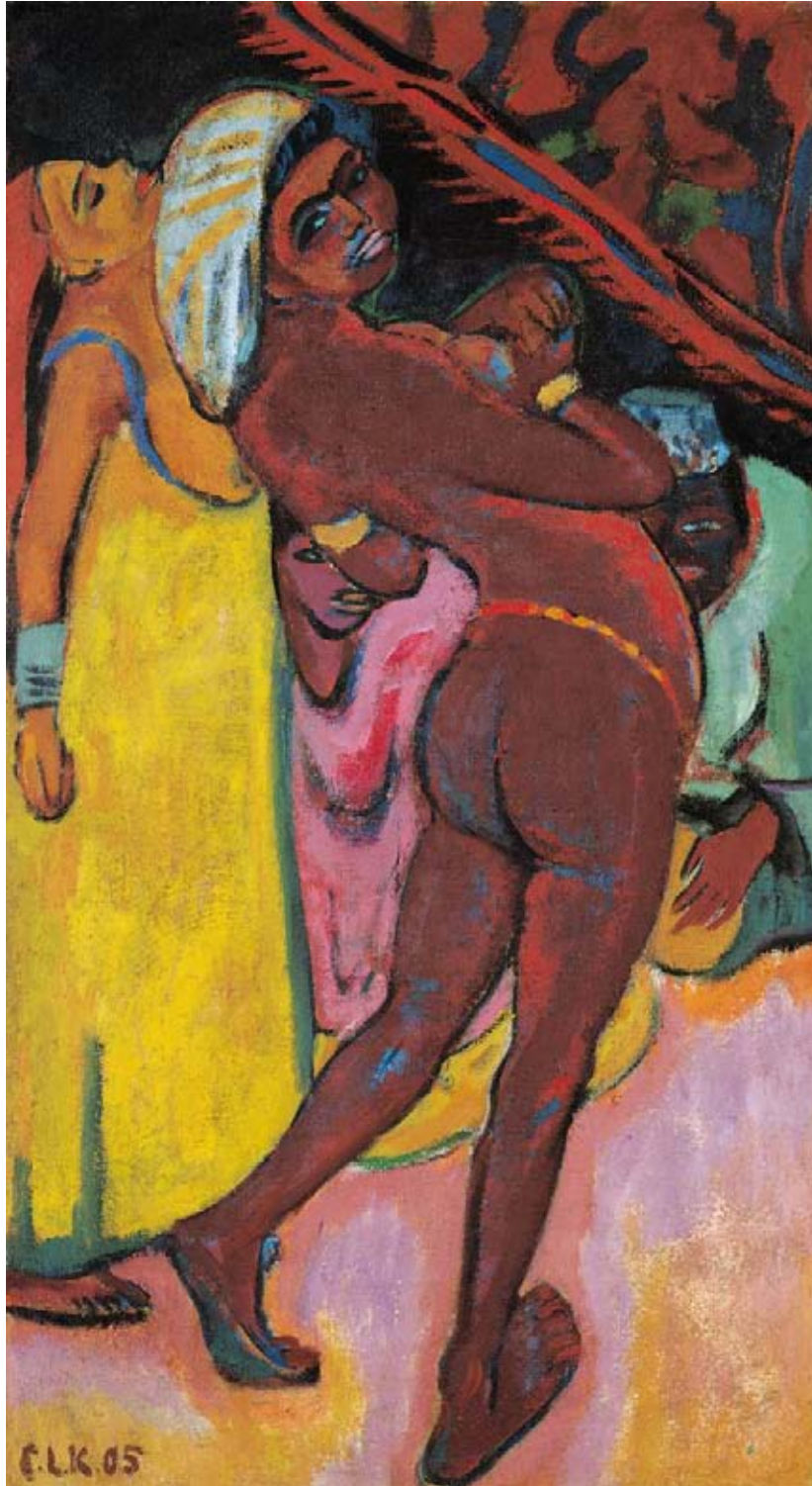
Vielfältige museumspädagogische Bildungs- und Vermittlungsangebote für alle Altersgruppen stehen nicht nur unseren externen Besuchern, sondern auch allen Mitarbeitern und deren Angehörigen zur Verfügung. Im Verbund mit diversen weiteren kulturellen und sozialen Angeboten ergänzen sie im Sinne des „Lifelong Learning“ den Arbeitsalltag unserer Mitarbeiter sinnfälliger. Sie fördern Toleranz und Assoziationsvermögen und provozieren neue Denkansätze, ohne die weder technische noch volkswirtschaftliche oder gesellschaftliche Zukunft vorstellbar ist.

Museum Würth

Vom schöpferischen Kosmos des Bildhauers Bernhard Heiliger war das Haus in der ersten Jahreshälfte dominiert. Seine Skulpturen hatten ihn zu einem der bedeutendsten Bildhauer der Bonner Republik gemacht. Mehr als 18.000 Interessierte besuchten die Ausstellung. Heiligers Plastiken folgten ab Juli 2006 die expressiven Bildfindungen des Österreicherers Attersee, die ihrerseits seit Jahrzehnten eine höchst eigenwillige Position zeitgenössischer Kunst markieren und rund 30.000 Besucher anzogen. Nicht weniger Besucher interessierten sich für Reinhold Würths fotografische Eindrücke seiner 2003 unternommenen Asienreise. „Asien im Sucher“ dokumentierte den rasanten Aufbruch, zugleich aber auch den bisweilen schmerzlichen Spagat zwischen Tradition und Moderne in China, Kambodscha, Vietnam und Hongkong.



> Besucherandrang anlässlich der Eröffnung der Ausstellung „Literatur kann man sehen“



Ernst Ludwig Kirchner
Negertänzerin, 1909-11
Öl auf Leinwand
170 x 94 cm
Sammlung Würth, Inv. 7986

Kunsthalle Würth und Johanniterhalle

Von Oktober 2005 bis Anfang Mai 2006 diskutierte man heftig über die „Abu-Ghraib-Bilder“ des Kolumbianers Fernando Botero, mit denen er seiner Empörung über die körperliche und psychische Folter, die US-Soldaten im irakischen Gefängnis Abu Ghraib verübten, Ausdruck verliehen hat. Spannend war diesbezüglich auch die Dialogschiene zwischen Boteros „Abu-Ghraib-Zyklus“ und Anthony Caros monumentaler Skulptureninstallation „The last Judgement“ in der Schwäbisch Haller Johanniterhalle, die dieser als Reaktion auf die schwelenden Konflikte in Afrika, dem Balkan und der zum Krieg ausgewachsenen Kosovokrise geschaffen hatte. Kontrastreich gestaltete sich dann der im Mai folgende Wechsel in der Kunsthalle. Während sich im ersten Untergeschoss die Impressionisten und Expressionisten der Sammlung Würth zum „Farbzauber“ zusammenfanden, war das zweite Untergeschoss künstlerischen „Täuschungsmanövern“ vorbehalten, die von optischen Irritationen und visuellen Manipulationen bis hin zur virtuellen Realität reichten. Geradezu magisch muten hingegen viele Exponate der Ausstellung „Horst Antes und morgen male ich vielleicht ein Bild“ an, die dem Künstler ab Oktober gewidmet war. Antes gilt als einer der Protagonisten und wichtigsten Erneuerer figurativer Kunst in Deutschland, seit sein Motiv des „Kopffüßlers“ ihn international einem großen Publikum bekannt gemacht hat. Die Ausstellung beleuchtete darüber hinaus Antes' eigene vielseitige Sammlerpassion, die sich in seiner einzigartigen Studiensammlung niederschlägt. Die anlässlich der „Literaturtage Baden-Württemberg“ in Schwäbisch Hall unter dem Titel „Literatur

kann man sehen“ zusammengestellten bildnerischen Werke der Literaten Hermann Hesse, Günter Grass und Hans Magnus Enzensberger erfreuten sich seit der Eröffnung der Ausstellung am 13. Oktober 2006 im Beisein von Grass und Enzensberger ebenfalls großer Beliebtheit.

Sammlung Würth zu Gast

Immer wieder ist die Sammlung Würth auch zu Gast in bedeutenden nationalen wie internationalen Ausstellungsinstitutionen. So eröffnete das Augsburger Schatzler-Palais nach fünfjähriger Renovierung im Februar 2006 seine prachtvollen Räume unter anderem mit der Präsentation der „Alten Meister“ aus der Sammlung Würth. Auch das wiedereröffnete Bode-Museum auf der Berliner Museumsinsel freut sich über die temporäre Leihgabe von 30 Preziosen aus der Sammlung Würth. Im palermischen Normannenpalast folgten 100.000 Besucher unserer Einladung zu einem Streifzug durch die Sammlung Würth, der von Spitzweg bis Baselitz reichte.

Preise

Den 6. Robert-Jacobsen-Preis, von der Stiftung Würth im Andenken an den dänischen Bildhauer Robert Jacobsen vergeben, erhielt im Juli 2006 der französische Bildhauer und Theoretiker Bernar Venet.

Dem von Lars Gustafsson gestellten Thema „Wenn einer siebzig Jahre alt ist, hat er zehn Jahre Montage hinter sich“ war indes der 17. Würth Literaturpreis gewidmet, der im Oktober an Lothar Kittstein (1. Preis), Michaela Schröder und Christoph Steiner (2. Preis ex aequo) vergeben wurde.



> Hans Magnus Enzensberger, Günter Grass, Prof. Dr. h. c. Reinhold Würth und Oberbürgermeister Pelgrim (Schwäbisch Hall) in der Kunsthalle Würth (v.l.n.r.)



> Kinder besuchen die Venet-Ausstellung im Kurpark in Bad Mergentheim



René Magritte

Le domaine enchanté I /
Das verzauberte Landgut I, 1953
Öl auf Leinwand
68 x 134,6 cm
Sammlung Würth, Inv. 9252

Gemeinnützige Stiftung Würth

Förderung von Kunst und Kultur sowie von Forschung und Wissenschaft

Engagierte Kulturarbeit ergibt sich aus dem Selbstverständnis der Unternehmenskultur und Firmenphilosophie bei Würth. Förderung von Kunst und Kultur, Forschung und Wissenschaft sowie von Bildung und Erziehung sind die Stiftungsziele, welche die von Reinhold und Carmen Würth 1987 gegründete Stiftung Würth verfolgt. 2006 wurde das Stiftungskapital erneut um 500.000 Euro auf nunmehr 3,86 Millionen Euro erhöht.

Würth Preis der Jeunesses Musicales Deutschland

Seit 1991 wird der Würth Preis der Jeunesses Musicales Deutschland an herausragende junge Ensembles oder Persönlichkeiten des Musiklebens verliehen, die sich in besonderer Weise für die Ziele der Jeunesses Musicales engagieren. Preisträger 2006 war Michael Kaufmann, Intendant der Philharmonie Essen, in Anerkennung seiner überzeugenden Bestrebungen, insbesondere Jugendorchestern ein Podium zu geben, junges Publikum anzusprechen und mit speziellen Musikprojekten auch sozial benachteiligten Kindern einen Zugang zur Musik zu eröffnen.

Ökonomische Bildung in Baden-Württemberg

Das im Oktober 2005 gegründete Kompetenzzentrum Ökonomische Bildung Baden-Württemberg hat nach der Erarbeitung einer Konzep-

tion mehrere konkrete Aktivitäten geplant und mit der Umsetzung begonnen. Eine der Hauptaktivitäten ist der Würth Bildungspreis für zukunftsorientierte Ökonomieprojekte an weiterführenden Schulen. Diese Schulprojekte sollen in erster Linie das unternehmerische und wirtschaftliche Denken und Handeln bei Lehrkräften und Schülern verbessern. Der Bildungspreis ist für alle Preisträger zusammen mit insgesamt 42.000 Euro dotiert und der Ministerpräsident des Landes Baden-Württemberg, Günther H. Oettinger, hat die Schirmherrschaft für den Preis übernommen.

Beim Kick-off-Meeting am 9. November 2006 in der Kunsthalle Würth in Schwäbisch Hall haben die sechs in den Würth Förderkreis aufgenommen Schulen ihre Projektplanungen erstmalig öffentlich vorgestellt. Das Kompetenzzentrum unterstützt diese Schulen ein Jahr lang bei der Umsetzung ihrer Projekte und das große Ziel der Förderkreisschulen ist es nun, bei der ersten Preisverleihung am Ende des Schuljahres 2006/2007 ganz vorne zu liegen.



> Dr. Ulrich Wüster, Generalsekretär Jeunesses Musicales Deutschland, Preisträger Michael Kaufmann, Intendant der Philharmonie Essen, Robert Friedmann, Sprecher der Konzernführung der Würth-Gruppe (v.l. n. r.)



> Die Mädchenrealschule St. Bernhard aus Bad Mergentheim beim Kick-off-Meeting des Würth Bildungspreises



Eugène Boudin

Le Havre, Vue du Port /

Le Havre, Hafensicht, 1889

Öl auf Leinwand

65 x 90 cm

Sammlung Würth, Inv. 9242

Lebenslanges Lernen ist nicht mehr nur ein Aspekt von Bildung und Berufsbildung

Die Aufgabe der Akademie Würth besteht darin, durch geeignete Angebote die Beschäftigten unserer Kunden weiterzubilden sowie die Kompetenz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weiter auszubauen. Dies geschieht in Form verschiedener Kompetenzcenter, die ein breites Spektrum an Seminaren und Weiterbildungsmöglichkeiten anbieten. Dazu gehört auch die Möglichkeit der kulturellen Auseinandersetzung und der körperlichen Fitness.

Die Handwerkerzentren – ein Angebot für Würth Kunden

Durch den täglich zehntausendfachen Kontakt zu unseren Kunden kennen wir die Anforderungen des Marktes sehr genau. Zusätzlich haben wir im Jahr 2005 eine breit angelegte Marktstudie unter dem Titel „manufactum“ durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Erhebung zeigen uns, dass es einen sehr großen Bedarf an praxisorientierten Fortbildungsangeboten gibt.

Mit dem Ziel „Know-how für die Erfolge von morgen“ zu vermitteln schuf die Akademie Würth vor drei Jahren ein völlig neuartiges Angebot für die berufliche Fortbildung unserer Kunden: Aufgabe ist es, Kunden dabei zu unterstützen, die Herausforderungen des Marktes anzunehmen und ihren Wettbewerbsvorteil auszubauen. Das Seminarangebot beinhaltet

neben den klassischen handwerklichen Bereichen kaufmännische Fragestellungen und Themen zur Persönlichkeitsentwicklung.

Bis zum Jahresende 2006 wurde bereits der 16.000ste Teilnehmer zu einem Seminar begrüßt, das in einem der 54 Handwerkerzentren oder auch direkt vor Ort bei Kunden durchgeführt wird. 2006 machten bundesweit rund 7.000 Kunden von diesem Angebot Gebrauch.

Die Mitarbeiterakademie

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entwickeln sich in eine Arbeitszukunft, die uns von den Erfordernissen unserer Kunden und den Entwicklungen der weltweiten Märkte vorgegeben wird bzw. welche wir selbst aktiv mitgestalten. Die Akademie Würth übernimmt dabei die Aufgabe, für die erforderliche Qualifizierung mit zu sorgen. Zielorientiertes Arbeiten, produktive Prozesse, herausragende Kompetenzen für die interkulturelle Zusammenarbeit sowie spezielles Wissen in einzelnen Fachbereichen zählen zu den Qualifikationen, die in den 200 Trainings der Akademie Würth mit 3.000 Teilnehmern im Jahr 2006 vermittelt wurden.



> Fachseminar moderne Dübeltechnik: Kunden bei der praktischen Anwendung von Würth Dübelssystemen im Handwerkerzentrum in Stuttgart



> Diplomübergabe bei der Graduierungsfeier der MBA-Studenten:
Prof. Dr. Charles Moyer, Dean of the University of Louisville College of Business, USA (links), Dr. Gianluca Croce, Würth Italien

Business School

Ein weiteres Angebot der Akademie Würth sind Weiterbildungsprogramme, die berufsbegleitend einen anerkannten akademischen Abschluss zum Ziel haben. Diese waren zunächst nur für Würth Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter konzipiert, aber aufgrund der Nachfrage von Interessenten außerhalb der Würth-Gruppe wurden diese Programme für alle Interessenten mit den notwendigen Voraussetzungen geöffnet.

In Zusammenarbeit mit der University of Louisville in Kentucky (USA) wurde ein Studiengang zum Master of Business Administration (MBA) konzipiert. Dieser wird mit einem international anerkannten und durch die amerikanische Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB) akkreditierten amerikanischen Universitätsabschluss mit Studienschwerpunkt „Global Business“ abgeschlossen. In 13 Monaten berufsbegleitendem Studium in Deutschland und den USA werden Studierende auf zukünftige internationale Führungsaufgaben vorbereitet. Dieses Programm wird mit zwei zusätzlichen Abschlussmöglichkeiten, dem Master of Engineering (MEng) und dem Master of Science (MSc), weiter ausgebaut.

Weiterhin ist es durch eine Kooperation zwischen der Hamburger Fern-Hochschule und Würth möglich, einen Abschluss zum/r Diplom-Kaufmann/-frau (FH) bzw. zum Bachelor of Arts (B.A.) berufsbegleitend zu erwerben.

WÜRTHPHOENIX Academy

Spezialisiert auf die Ausbildung in Informatik und Prozessorganisation werden zu den in der Würth-Gruppe eingesetzten Softwarepaketen Trainings angeboten. Weitere Themen sind Prozessoptimierung, Veränderungsmanagement, IT-Sicherheit und Office-Programme. Die Trainings der WÜRTHPHOENIX Academy konzentrieren sich auf den Praxistransfer. Das dabei unterstützend eingesetzte E-Learning ist eine Dienstleistung, die sowohl innerhalb als auch außerhalb der Würth-Gruppe erfolgreich platziert wird.

Kultur-Angebot

Das Kultur-Angebot der Akademie Würth umfasste im Jahr 2006 insgesamt 17 Veranstaltungen. Diese wurden von über 4.000 Zuschauern besucht. Im firmeneigenen Alma-Würth-Saal öffnete sich der Vorhang für hochkarätige Künstler aus den Bereichen Klassik, Kleinkunst und Jazz.

Garanten für ein originelles und vielseitiges Programm waren im Jahr 2006 unter anderem die Kabarettisten Christoph Sonntag und Reiner Kröhnert, das Pasadena Roof Orchestra und die Tanzstiftung Birgit Keil mit einer Ballett-Matinee.

Ein besonderer Höhepunkt ist alljährlich das Würth Open Air. Im Jahr 2006 fand es bereits zum 10. Mal statt. Als eine der bekanntesten Großveranstaltungen in der Region ist das dreitägige Würth Open Air nicht mehr wegzudenken. Alle drei Konzertabende finden auf dem Firmengelände in Künzelsau-Gaisbach im Verladehof statt. In dieser außergewöhnlichen Umgebung eröffnete Justus Frantz mit seiner Philharmonie der Nationen das Open Air mit einer stimmungsvollen Mozartnacht. Am Samstag erlebten über 5.000 Besucher einen unbeschreiblichen Abend mit Peter Maffay und seiner Band. Unterstützt wurde er im Vorprogramm durch Fools Garden. Am Sonntagabend parodierten die Leningrad

Cowboys in ihrer gewohnt schrägen Weise den Rock-Star-Kult. Zum Abschluss feierten BAP mit dem Frontman Wolfgang Niedecken gemeinsam mit ihrem Publikum ihr 30-jähriges Jubiläum.

Fit mit Würth

Fit mit Würth heißt das gemeinsame Gesundheitssportangebot der Akademie Würth und der Betriebskrankenkasse BKK Würth. Teilnehmen können alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Würth-Gruppe sowie deren Partner und Kinder.

Das Programm umfasst mehr als 60 gesundheitsorientierte Sport- und Gymnastikkurse von Aerobic über Wirbelsäulengymnastik bis hin zu verschiedenen Trendsportarten. Wellness-Wochenenden, Aktionstage und Aktivpausen am Arbeitsplatz sowie in Seminaren gehören ebenso zum Angebot.

Wichtige Aspekte sind die präventiven Effekte des Gesundheitssports, die sozialen Kontakte und der Spaß, die Motivation und Begeisterung der Mitarbeiter. Ebenso wird die Teilnahme an regionalen und überregionalen Sportereignissen unterstützt. Zudem gibt es elf Betriebssportgruppen, deren Angebot von Bogenschießen über Fußball, Tauchen bis zum Wandern reicht.



> Publikumsnah: Peter Maffay begeisterte 5.000 Fans.



> Sich auf andere verlassen – selbst Vertrauen geben –
Grenzen überwinden: die Herausforderung Hochseilgarten



Camille Pissarro

Port du Havre, Marée Haute/

Der Hafen von Le Havre bei Flut, 1903

Öl auf Leinwand

65,5 x 81 cm

Sammlung Würth, Inv. 7991

Würth Haus Berlin und Würth Büro Brüssel

Würth – Nachbar und Bürger in Deutschland und in Europa

Wirtschaftsunternehmen wird von der Öffentlichkeit eine zunehmende Erwartungshaltung, etwa als Teil der Bürgergesellschaft, als Sozialpartner und nicht zuletzt als Nachbar entgegengebracht. Amerikanische Schlagworte wie Corporate Responsibility, Corporate Governance oder Public Affairs haben längst Einzug in den Sprachgebrauch gehalten und unterstreichen damit ihre Relevanz als fester unternehmenskultureller Beitrag zur Zivilgesellschaft.

Würth kommt der daraus erwachsenden Verpflichtung als bürgerschaftlicher Partner in besonderer Weise nach. Stellvertretend stehen dafür das Engagement für Kunst, Kultur und Sport. Würth als Kunstförderer und auch als Sportsponsor ist bestimmender Teil der öffentlichen Wahrnehmung. Bei rund 55.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in 83 Ländern der Welt ist die gesellschaftspolitische Kommunikation ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenskultur.

Würth ist als Unternehmen dezentral organisiert; diesem Grundsatz folgend wird auch ein Teil der Corporate-Responsibility-Initia-

tiven von den Tochtergesellschaften auf lokaler Ebene realisiert. Jeder Standort wird von der ansässigen Gesellschaft, deren jeweiligem politischem und kulturellem Verständnis, aber auch von der wirtschaftlichen Lage bestimmt. Nachbarschaftsprojekte können mit höchster Effektivität allein vor Ort initiiert und begleitet werden.

Die daraus thematisch gebündelte und übergreifende Würth Philosophie repräsentiert und realisiert sich in den beiden politischen Büros, in der deutschen Hauptstadt Berlin und am Sitz der Europäischen Union in Brüssel – dem Würth Haus Berlin und dem Würth Büro Brüssel. Ganz besonders vor dem Hintergrund einer Erweiterung und verstärkten Integration der Europäischen Union betrachtet, kommt der vermehrt nationale Grenzen übersteigenden Wirtschaft eine entscheidende richtungweisende Rolle zu. Würth nimmt diese Rolle aktiv wahr und verfolgt parallel über seine Repräsentanzen die begleitende politische Kommunikation mit den Mandatsträgern aus der Politik.

Das Würth Haus Berlin und das Würth Büro Brüssel sind Orte, an denen losgelöst vom politischen Tagesgeschäft, frei, überparteilich und ohne dogmatische Zwänge debattiert wird und daraus Strategien entwickelt werden; allein dem Ziel verpflichtet, einen nachhaltigen Beitrag zur weiteren Prosperität unseres europäischen



> Würth Haus Berlin, eine der zwei Konzernrepräsentanzen der Würth-Gruppe



> Shimon Stein (links), israelischer Botschafter, im Gespräch mit Jürgen Engert, Gründungsdirektor des ARD-Hauptstadtstudios



> Dieter Althaus (MdL), Ministerpräsident des Freistaates Thüringen und Angela Merkel, Bundeskanzlerin der Bundesrepublik Deutschland

Gemeinwesens zu leisten. Die politischen Repräsentanzen in Berlin und Brüssel nehmen eine gleichsam dienende wie zukunftsweisende Funktion ein, ausgerichtet am gewachsenen Ethos des Unternehmens und an dessen Verpflichtung gegenüber dem Gemeinwohl. Es sind dies international wirkende Repräsentanzen von Kaufleuten, von Württemberger Liberalen, die der Unabhängigkeit der Zivilgesellschaft vom Staat das Wort reden. Bei Würth ist man sich bewusst, dass einer freiheitlichen Entfaltung der Bürgergesellschaft der höchste Wert zukommt.

Innovative Wirtschaftsunternehmen sind neben der Politik die kraftvollsten Gestalter in Zukunftsfragen; Wirtschaft und Politik tun gut daran, miteinander im Gespräch zu bleiben. Würth als Nachbar in Deutschland und in Europa will mitdiskutieren, wohin wir mit unserer Gesellschaft in den kommenden zwanzig, dreißig Jahren gehen wollen. Die eigens dafür konzipierte Hauszeitschrift „present“ gibt Auskunft über die Aktivitäten unserer Repräsentanzen. „present“ kann im Internet eingesehen oder bei unseren beiden Büros angefordert werden.

Stellvertretend für eine Vielzahl von Veranstaltungen und Aktivitäten im Jahr 2006 soll an dieser Stelle hingewiesen werden auf den Jour fixe mit Marianne Birthler, der Bundesbeauftragten für die

Unterlagen der Staatssicherheitsdienste der ehemaligen Deutschen Demokratischen Republik, und jenen mit Wolfgang Niedecken (BAP) in Brüssel als Interpret von Bob Dylans gesellschaftskritischen „Chronicles“ und Songs. Daneben beschäftigten sich Kolloquien mit dem Verhältnis Israels zu dessen Nachbarn vor einer sich erweiternden Bedrohungslage unter Mitwirkung von Israels Botschafter Shimon Stein, mit dem unerschöpflichen Thema „Freiheit“ unter Mitwirkung von Prof. Dr. Gesine Schwan und mit der Grundsatzfrage nach dem Schutz des geistigen Eigentums unter Mitwirkung von Prof. Dr. Kurt Biedenkopf.

Weil Würth sich ganz besonders dem deutschen Mittelstand verpflichtet fühlt, trat das Würth Haus Berlin als Gastgeber bei der Verleihung des Mittelstandspreises der Union Mittelständischer Unternehmer an Thüringens Ministerpräsident Dieter Althaus auf; Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel hielt die Laudatio auf den diesjährigen Preisträger.

Die Geschäftsbereiche der Würth-Gruppe

Die 370 verkaufsaktiven Gesellschaften der Würth-Gruppe gliedern sich in zwei Einheiten: Würth-Linie und Allied Companies.

Im Zentrum der Geschäftstätigkeit der Würth-Linie steht der Handel mit Befestigungs- und Montagematerial für Kunden aus den Bereichen Handwerk, Bau und Industrie. Auf internationaler Ebene sind die operativen Geschäftseinheiten innerhalb der Würth-Linie in die Divisionen Auto mit den Vertriebszweigen PKW und Cargo, Metall mit den Vertriebszweigen Metall, Haustechnik und Betriebswerkstätten sowie in die Divisionen Holz, Bau und Industrie aufgeteilt.

Würth-Linie

Division Auto	Division Metall	Division Holz	Division Bau	Division Industrie
<ul style="list-style-type: none">>>> Vertriebszweig PKW>>> Vertriebszweig Cargo	<ul style="list-style-type: none">>>> Vertriebszweig Metall>>> Vertriebszweig Haustechnik>>> Vertriebszweig Betriebswerkstätten			
<p>>>> Vertriebszweig PKW</p> <p>Unsere Kunden sind Betriebe des Kfz-Handwerks, Fuhrparks sowie Fahrzeugaufbereiter und Händler. Zu unterscheiden sind hierbei freie und herstellereigebundene Werkstätten, Spezialbetriebe und Dienstleister. Die in diesem Kundensegment vertriebenen Produkte reichen von Verbrauchsteilen für die Reparatur über chemisch-technische Produkte für Instandhaltung, Fahrzeugpflege und Karosseriearbeiten bis zu Handwerkzeugen für pneumatische und elektrische Maschinen.</p>	<p>>>> Vertriebszweig Metall</p> <p>Im Direktvertrieb werden die Kunden der Metall be- und verarbeitenden Industrie wie Metall- und Stahlbauer, Schlossereibetriebe sowie der Maschinen- und Fahrzeugbau bedient. Schwerpunkt im Vertriebszweig Metall ist die Bereitstellung von Produkten wie Anker- und Dübelssysteme, Handwerkzeuge und Elektromaschinen sowie DIN- und Normteile zur Be- und Verarbeitung von unterschiedlichen Metallen.</p>	<p>>>> Die Division Holz betreut Kunden des gesamten Holz be- und verarbeitenden Handwerks vor allem in den Schwerpunktbereichen Schreiner/ Tischler, Fensterbau Holz und Kunststoff. Das Sortiment umfasst Möbelbeschläge, die komplette Befestigungs- und Abdichtungstechnik sowie Handwerkzeuge, Maschinen, Schleifmittel und chemisch-technische Produkte.</p>	<p>>>> Unter dem Dach der Division Bau sind alle Vertriebs-einheiten zusammengefasst, deren Aufgabe die Betreuung der Kunden im Bauhaupt- und Baunebengewerbe ist. Der Schwerpunkt der Marktbearbeitung liegt bei Bauunternehmen, Dachdeckern, Gipsern/Stuckateuren/Trockenbau-firmen sowie in der Direktbe-lieferung von Baustellen. Hier kommen auch speziell auf den Kunden zugeschnittene Logis-tiklösungen wie z. B. mit Pro-dukten bestückte Baustellen-container zum Einsatz.</p>	<p>>>> Die Gesellschaften der Division Industrie sind spezia-lisierte Unternehmen mit einem Vollsortiment von Montage- und Verbindungsmaterial für die industrielle Produktion so-wie die Instandhaltung und Wartung. Neben einem um-fangreichen Standardsortiment liegt die Stärke dieser Unter-nehmen in kundenindividuellen, logistischen und dispositiven Versorgungs- und Dienstleis-tungskonzepten.</p>
<p>>>> Vertriebszweig Cargo</p> <p>Die Kundensegmente des Vertriebszweiges Cargo lassen sich in Vertragshändler und freie Werkstätten sowie Spezialwerkstätten und Dienstleister des Nutzfahrzeughandwerks klassifizieren. Wir vertreiben in diesen Segmenten hauptsächlich Befestigungs-, Montage- und Reinigungsprodukte, die speziell für die Instandhaltung, Reparatur und Pflege von Nutzfahrzeugen eingesetzt werden.</p>	<p>>>> Vertriebszweig Haustechnik</p> <p>Im Fokus des Vertriebszweiges Haustechnik stehen vor allem Betriebe der Branchen Elektro-, Gas-, Heizungs- und Wasserinstallation sowie Klima- und Lüftungsanlagenbauer. Die Bandbreite der hier angebotenen Produkte reicht von Schnellmontagesystemen über Dämm- und Isolierstoffe im Bereich Sanitär bis hin zu Kabelverlegesystemen und Installationsmaterialien im Bereich Elektro.</p>	<p>>>> Vertriebszweig Betriebswerkstätten</p> <p>Unter diesem Vertriebszweig sind die vielfältigsten Kunden zusammengefasst: innerbetriebliche Reparaturwerkstätten von Industrieunternehmen, Gebäude- und Technikinstandhaltung von Hotels, Flughäfen, Klärwerken, Kliniken und Krankenhäusern sowie Recyclingunternehmen oder Garten- und Landschaftsbauer. Im Vordergrund steht ein komplettes Produktsortiment für Kleinreparaturen sowie Produkte zur Wartung, Instandhaltung und Pflege.</p>		



Die nicht unter dem Namen Würth firmierenden Gesellschaften – unsere Allied Companies – operieren unabhängig von den Gesellschaften der Würth-Linie. Sie sind in neun strategische Geschäftseinheiten aufgeteilt und bis auf wenige Produktionsunternehmen in der Mehrzahl Handelsunternehmen in verwandten Geschäftsfeldern. Der Bereich Diversifikation umfasst Dienstleistungsbetriebe, die regional tätig sind (z. B. Hotels und Gastronomiebetriebe, Würth Logistik-Dienstleister, Juniorenfirma).

Allied Companies

Elektrogroßhandel

>>> Die Geschäftstätigkeit der Unternehmen dieser Gruppe ist der Großhandel mit Elektroinstallationsmaterial, Installationssystemen, Kommunikationstechnik, Kabel und Leitungen, Werkzeugen, Daten- und Netzwerktechnik, Leuchten und Leuchtmitteln, Haushaltsgeräten und Multimediaartikeln.

Werkzeuge

>>> Die Gruppe der Würth Werkzeughandelsgesellschaften ist schwerpunktmäßig zentraleuropäisch aufgestellt und beliefert überwiegend die Kundschaft der Metall be- und verarbeitenden Industrie. Mit über 60.000 Artikeln aus dem Sortimentsbereich Zerspanung, Werkzeug- und Werkstückspannung, Mess- und Prüftechnik, Handwerkzeuge, Betriebs-einrichtungen, Arbeitsschutz und Maschinen zeigen sich die Unternehmen als Vollsortimenter und unterstützen dies durch hohe Verfügbarkeit und Tagesaktualität in Auftragsbearbeitung und Lieferung.

reca Gruppe

>>> Die Unternehmen der reca Gruppe beliefern im Direktvertrieb Kunden des Metall- und Kfz-Handwerks sowie des Bereichs Cargo mit Befestigungs- und Montagmaterial. Spezialisten für Arbeitskleidung, Werbemittel und den Bereich Industrie ergänzen und bereichern die reca Gruppe.

Handel

>>> Die Unternehmen, die diesem Geschäftsfeld zugeordnet sind, vertreiben Befestigungs- und Montagmaterial, Artikel für den Gartenbereich, Elektrowerkzeuge und Möbelbeschläge an den Fachhandel sowie an Bau- und Heimwerkermärkte.

Produktion

>>> In dieser Gruppe sind die Produktionsunternehmen der Würth-Gruppe zusammengefasst. Das Produktspektrum reicht von Verbindungselementen für den Anwendungsbereich Holz und Metall sowie für die Automotive- und Elektroindustrie über Stanz- und Einpress-Verbindungselemente, Stanz- und Biegeteile bis hin zu Dübeln, Bau- und Möbelbeschlägen sowie Werkzeugen.

Elektronik

>>> Unter dem Dach des Geschäftsfelds Elektronik sind in der Würth-Gruppe die Unternehmen zusammengefasst, die sich mit der Herstellung und dem Vertrieb elektronischer Komponenten wie Leiterplatten und passiven Bauelementen sowie Systembaugruppen beschäftigen. Mit Würth Solar, dem Hersteller innovativer CIS Photovoltaikmodule und Würth Solergy, einem Anbieter von Komplettlösungen, ist die Würth Elektronik-Gruppe im Markt der regenerativen Energieerzeugung aktiv.

Schrauben und Normteile

>>> Diese Handelsunternehmen sind Produktspezialisten mit Industriebelieferungskonzepten. Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit ist der Handel mit DIN- und Normteilen. Die Mehrzahl der Gesellschaften sind Spezialisten im Handel von Edelstahlteilen.

Finanzdienstleistungen

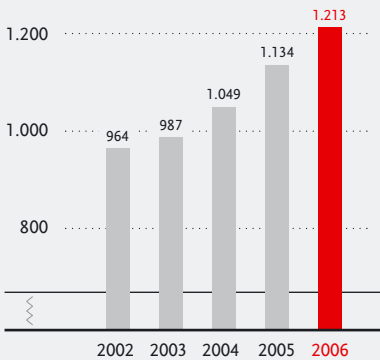
>>> Die Unternehmen dieses Bereichs bieten Produkte und Services im Finanzdienstleistungssektor sowohl innerhalb der Würth-Gruppe als auch für externe Kunden an.

Diversifikation

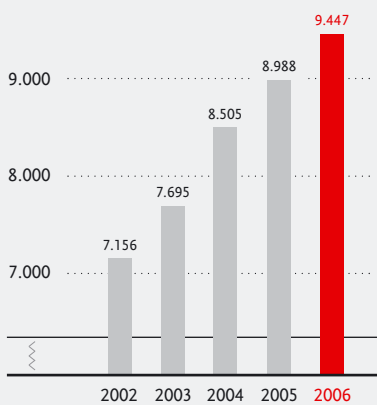
>>> Unter dieser Bezeichnung führen wir Gesellschaften, die im Gegensatz zum eigentlichen Würth Geschäft zum überwiegenden Teil in anderen Geschäftszweigen tätig sind.

Umsatz Division Auto

in Mio. EUR



Außendienstmitarbeiter Division Auto



Multisteckschlüsselsortiment 1/4" mit ergonomischem 2-Komponenten-Griff

Division Auto

Erneuter Umsatzrekord

Das Geschäftsjahr 2006 wurde in der Division Auto mit einem Umsatzrekord von 1.213 Millionen Euro abgeschlossen, was einer Steigerung von 7,0 Prozent entspricht. Die Subdivision Cargo verfehlte nur knapp ein zweistelliges Umsatzwachstum. Der Umsatz von 291 Millionen Euro entspricht hier einer Steigerung von 9,8 Prozent. Diese beachtlichen Ergebnisse wurden von 1.821 Verkäufern erzielt. Die Hauptumsatzträger der Subdivision Cargo sind nach wie vor die Regionen Zentral- und Südeuropa mit einem Umsatzanteil von rund 50 Prozent.

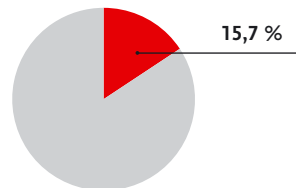
Starker Wandel am Automobilmarkt

Im Jahr 2006 wurde mit der Produktion von weltweit mehr als 64 Millionen Pkws und leichten Nutzfahrzeugen ein neuer Rekord aufgestellt. Einen maßgeblichen Anteil daran hatte die boomende chinesische Automobilindustrie, die 2006 mit 5,9 Millionen produzierten Fahrzeugen Deutschland auf den vierten Platz verweist, nach den USA – dem größten Produktionsland mit 11 Millionen Fahrzeugen – und Japan mit 10,6 Millionen Fahrzeugen. In den vergangenen Jahren hat sich der Automobilmarkt gewaltig gewandelt. Im Jahr 1990 wurden weltweit 320 unterschiedliche Modelle angeboten, im Jahr 2006 waren es bereits 440. Diese Vielfalt verändert nicht nur den Markt, sondern stellt auch die Zulieferer vor neue Herausforderungen.

Würth entwickelt Produktsortiment kontinuierlich weiter

Wir sind bestrebt, unser Produktprogramm ständig durch innovative und an den Markt angepasste Produkte zu erweitern. Im Bereich der chemisch-technischen Produkte ist der Vario Primer „Safe&Easy“ aufgrund der multifunktionalen Eigenschaften für die Untergrundvorbehandlung bei der Ersatzverglasung mit dem Innovationsaward der Automechanik 2006 in der Rubrik „Systeme“

Anteil am Gesamtumsatz Division Auto



ausgezeichnet worden. Der herausragende Innovationsgehalt des Produktes liegt darin, dass es auf allen gängigen Untergründen bei der Ersatzverglasung universell einsetzbar ist. In der Familie der Kennzeichenschnellbefestigungen ist ein weiteres Produkt mit dem Namen Twin-Fixx entwickelt worden.

Unsere Produktpalette für den Cargobereich wird ebenso stetig weiterentwickelt. Neben der Fahrzeugelektrik haben wir unsere Aufmerksamkeit auf den Schwerpunktbereich Ladungssicherung gelegt. In diesem Zuge wurden die innovativen Produkte „Palettenstop“ und „Palettenstop plus“ exklusiv in unser Produktsortiment aufgenommen.

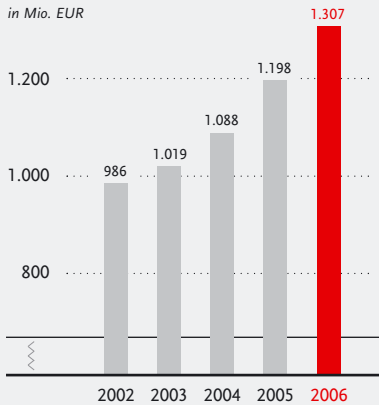
Ausblick 2007

Die Division Auto strebt international weiterhin an, die enormen Potenziale in den asiatischen Märkten auszuschöpfen und den Bekanntheitsgrad in den entsprechenden Ländern weiter zu erhöhen. Wir wollen in diesen Märkten unsere Marktführerschaft unter Beweis stellen. Des Weiteren werden wir auch im Jahr 2007 unsere Subdivisionalisierungs-Strategie fortführen.

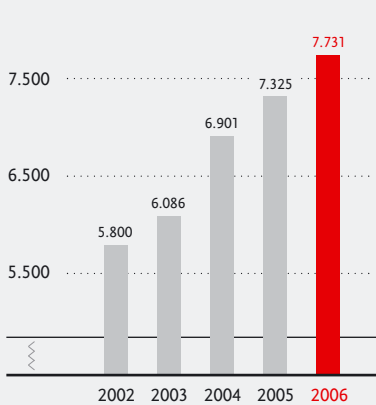


Umsatz
Division Metall

in Mio. EUR



Außendienstmitarbeiter
Division Metall



ORSY® – Lagermanagementsystem und Verkaufsinstrument Nr. 1

Division Metall

Wachstum bleibt ungebrochen

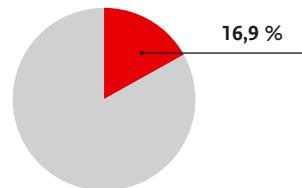
Im Jahr 2006 stieg der Umsatz der Division Metall um 9,1 Prozent auf einen Rekordumsatz von 1.307 Millionen Euro. Von den weltweit 7.731 Außendienstmitarbeitern waren 13 Prozent im Vertriebszweig Betriebswerkstätten tätig und erzielten mit 135 Millionen Euro ein Umsatzwachstum von über 18 Prozent. Die intensive Bearbeitung der verschiedenen Marktsegmente in den Vertriebszweigen Metall, Betriebswerkstätten und Haustechnik war maßgebend für die positive Entwicklung der Division insgesamt. Die Produktivität in der Division Metall International hat sich im vergangenen Jahr aufgrund der Erhöhung der Auftragswerte weltweit verbessert. Dieser Hebel wird auch künftig Teil unserer erfolgreichen Strategie sein. Die Division Metall betreut mit 7.731 Außendienstmitarbeitern weltweit 58 verschiedene Metallsegmente. Das riesige Potenzial an vielschichtigen Kundensegmenten bedeutet nahezu eine Unabhängigkeit von Konjunkturschwankungen.

Weitere Internationalisierung

Seit dem Beginn des Jahres 2006 werden unsere Metallkunden auch in Sibirien, China, USA und Neuseeland von spezialisierten Verkäufern betreut. Diese neuen Metalldivisionen haben den Einstieg in das Metallgeschäft über innerbetriebliche Betriebswerkstätten in Industriefirmen gefunden. Diese für unseren Direktvertrieb sehr interessante Kundengruppe wünscht sich einen international kompetenten Ansprechpartner mit qualitativ hochwertigen Produkten und eine Rundumbetreuung durch einen Verkäufer.

Ungebrochen setzte die Division Metall ihren Erfolg in Brasilien, Chile und Argentinien fort. Die Strategie des erfolgreichen Ausbaus der Außendienstmannschaft von 434 auf 547 Mitarbeiter verhalf diesen Gesellschaften zu einem Umsatzwachstum von 41,7 Prozent.

Anteil am Gesamtumsatz
Division Metall



ORSY weiter erfolgreich

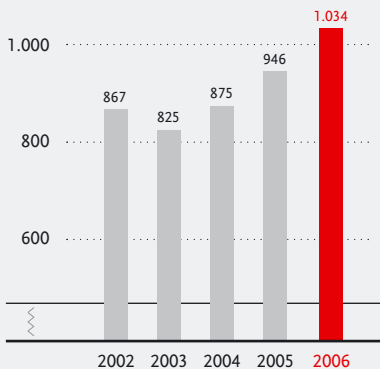
Das Verkaufsinstrument Nr. 1 ist weiterhin ORSY: Ordnung mit System. Würth hat mit ORSY eine Systemlösung entwickelt, die es seinen Kunden ermöglicht, individuell die benötigten Produkte zu verwalten. Ziel ist es, sowohl eine einfache und übersichtliche Lagerung zu gewährleisten als auch den schnellen und direkten Produktzugriff zu ermöglichen. Das Würth Regalsystem wird von immer mehr Metallkunden angenommen. Das ist ein deutlicher Vertrauensbeweis unserer Kunden.

Ausblick 2007

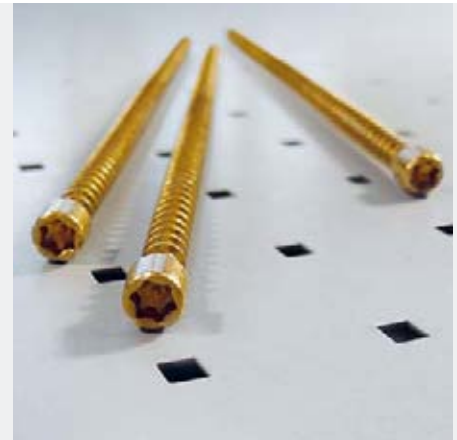
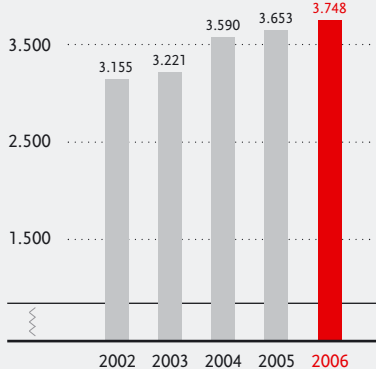
Auch für das Jahr 2007 erwarten wir weitere Rekorde im Umsatz und bei der Außendienstentwicklung. Das Hauptaugenmerk wird erneut auf der Weiterentwicklung der Subdivisionen sowie auf der Qualifikation der Mitarbeiter liegen. Neugründungen einer Metalldivision sind in Asien und in den südamerikanischen Gesellschaften in Uruguay und Peru für die Jahre 2007 und 2008 geplant.

Umsatz
Division Holz

in Mio. EUR



Außendienstmitarbeiter
Division Holz



ASSY® plus VG – die innovative Universalholzbohrschraube für eine Vielzahl von Anwendungen

Division Holz

Umsatz übersteigt erstmals 1 Milliarde Euro

Die Division Holz hat das Geschäftsjahr 2006 mit einer Umsatzsteigerung von 9,3 Prozent und einem neuen Rekordumsatz von 1.034 Millionen Euro sehr erfolgreich abgeschlossen. Damit überschreitet die Division Holz zum ersten Mal in ihrer Geschichte die 1-Milliarde-Euro-Grenze. Die Wachstumsdynamik wurde kontinuierlich erhöht und erreichte im Jahr 2006 den höchsten Stand seit fünf Jahren. Der größte Umsatzanteil entfällt dabei mit 87 Prozent und 897 Millionen Euro auf die insgesamt 30 internationalen Holz-Divisionen, die in 27 Ländern aktiv sind. Dies entspricht einer Umsatzsteigerung im Vergleich zum Vorjahr von 9,4 Prozent. Die weltweite Vertriebsorganisation wurde auch im Jahr 2006 weiter ausgebaut. So betreuten im vergangenen Geschäftsjahr 3.748 Außendienstmitarbeiter über 370.000 Kunden aus den verschiedenen Bereichen des Holz be- und verarbeitenden Handwerks.

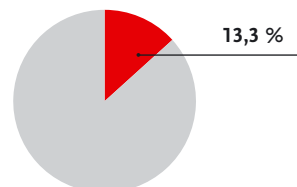
Marktposition in Nordamerika weiter ausgebaut

Durch die Akquisition von McFadden's Hardwood&Hardware Inc. mit Sitz in Ontario, Kanada konnten die internationalen Aktivitäten der Division Holz weiter ausgedehnt und ein neuer Markt erschlossen werden. Die Region Nordamerika hat damit ihre Stellung als bedeutendster Auslandsmarkt weiter ausgebaut: 46 Prozent des Auslandsumsatzes wurden im vergangenen Geschäftsjahr in Nordamerika erwirtschaftet. Die wachstumsstärkste internationale Holz-Division des Jahres 2006 liegt in Brasilien – dort wurden sowohl die Anzahl der Außendienstmitarbeiter als auch der Umsatz verdoppelt.

Gute Umsatzentwicklung in Deutschland

Der positive Trend, der sich bereits zum Ende des Jahres 2005 für die Holz-Division in Deutschland abgezeichnet hatte, wurde im vergangenen Geschäftsjahr fortgesetzt: Die Division Holz ver-

Anteil am Gesamtumsatz
Division Holz



zeichnete im Inland eine Umsatzsteigerung von 8,7 Prozent und erzielte damit einen Umsatz von 137 Millionen Euro. Der Innenausbau, in dem der Beschlägebereich mit Möbelbeschlägen und Schubladenführungen eine wichtige Rolle spielt, trug mit einer Umsatzsteigerung von 7,7 Prozent ebenso zur positiven Umsatzentwicklung der Division bei wie der Bereich Fensterbau. Dieser befindet sich, gestützt durch die positive Konjunkturerwicklung in diesem Sektor, mit einer Steigerung von 11,3 Prozent erstmals seit über zehn Jahren wieder in deutlichem Aufwind.

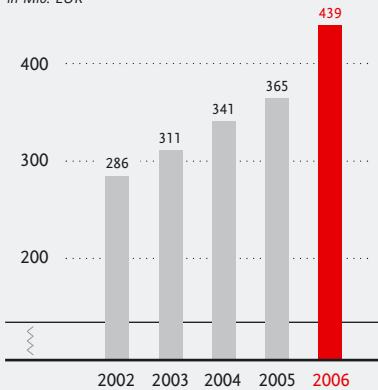
Ausblick 2007

Hauptwachstumsmärkte für das Jahr 2007 bleiben weiterhin die Regionen Nordamerika sowie Mittel- und Osteuropa. Das weltweite Vertriebsnetz soll bis zum Ende des Jahres auf rund 3.900 Außendienstmitarbeiter ausgebaut werden. Neben der Erschließung neuer Märkte stellt die Erhöhung der Marktdurchdringung in bereits etablierten Märkten die Basis für das weitere dynamische Wachstum der Division Holz dar. Dabei kommt der Strategie der Subdivisionalisierung durch die Einführung neuer Vertriebszweige eine steigende Bedeutung zu.

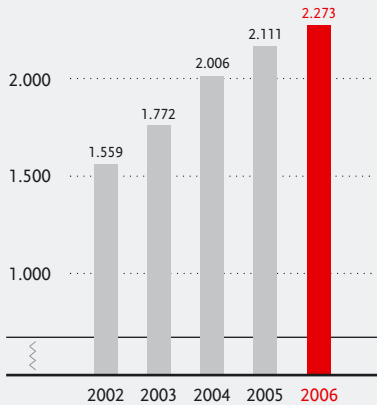


Umsatz
Division Bau

in Mio. EUR



Außendienstmitarbeiter
Division Bau



Metall-Schwerlastanker mit europäisch-technischer Zulassung zur Übertragung hoher Traglasten

Division Bau

Wachstumsgeschwindigkeit deutlich erhöht

Die positive Entwicklung des europäischen Bausektors im Jahr 2006 schlägt sich auch im Wachstum der Division Bau nieder. Sie erzielte im vergangenen Geschäftsjahr mit einer Umsatzsteigerung von 20,3 Prozent einen neuen Rekordumsatz von 439 Millionen Euro. Besonders erfreulich ist dabei, dass die Division Bau in Deutschland zum ersten Mal seit acht Jahren wieder ein zweistelliges Wachstum realisieren konnte. Der Auslandsanteil stieg auch im Jahr 2006 weiter an: 65 Prozent des Gesamtumsatzes wurden von den insgesamt 14 internationalen Bau-Divisionen generiert. Europaweit werden inzwischen nahezu 230.000 Kunden aus dem Bauhaupt- und Bau-nebengewerbe von 2.273 Außendienstmitarbeitern betreut.

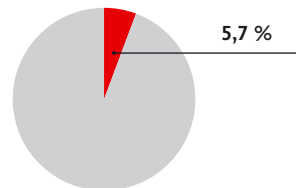
Vertriebsnetz in Europa weiter ausgebaut

Durch die Gründung einer Bau-Division in Irland sowie die Ausgliederung der Bau-Aktivitäten aus der bisherigen Holz-Division in Dänemark zu Beginn des Jahres 2006 konnte die Marktpräsenz der Division in Europa weiter verstärkt werden. Auch der Ausbau des europäischen Vertriebsnetzes wurde weiter vorangetrieben. Mit insgesamt 1.792 Außendienstmitarbeitern konnten die internationalen Bau-Divisionen einen Umsatz von 285 Millionen Euro realisieren. Dies entspricht einer Umsatzsteigerung von 25,0 Prozent. Der Umsatzschwerpunkt der internationalen Bau-Aktivitäten liegt in der Region Südeuropa, in der, vertreten durch die Bau-Divisionen in Spanien, Italien und Portugal, über 50 Prozent des Auslandsumsatzes generiert werden.

Bauwirtschaft in Deutschland im Aufwind

Der sich bereits zum Ende des Jahres 2005 abzeichnende positive Trend der deutschen Bauwirtschaft hat sich im Jahr 2006 weiter verstärkt. Die Division Bau in Deutschland hat den konjunkturellen Aufschwung im Bauhaupt- und -nebgewerbe erfolgreich genutzt und das vergangene Geschäftsjahr mit einem Umsatz von 154 Mil-

Anteil am Gesamtumsatz
Division Bau



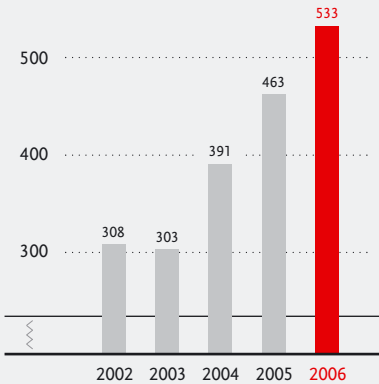
lionen Euro abgeschlossen. Dies entspricht einer Umsatzsteigerung von 12,4 Prozent. Neben einer deutlichen Umsatzsteigerung in den angestammten Geschäftsfeldern wie Zimmerei, Dachdecker und Holzbauhandwerk, hat sich vor allem die Subdivision Baustelle mit ihrem technischen Vertrieb als maßgeblicher Wachstumsmotor für die Division Bau erwiesen. Hierbei bieten spezialisierte Verkäufer direkt auf Baustellen individuelle Logistik- und Serviceleistungen an, die über die reine Betreuung der Bauunternehmen hinausgehen.

Ausblick 2007

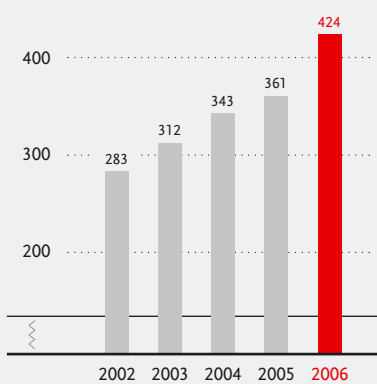
Während die Konjunkturprognosen für den europäischen Bausektor für 2007 verhalten positiv sind, erwarten wir für die Division Bau wieder ein deutlich zweistelliges Umsatzwachstum. Neben der Erhöhung der Marktdurchdringung in bestehenden Bau-Ländern durch weitere Subdivisionalisierung und Spezialisierung stellt die Erschließung neuer Märkte ein Kernelement unserer Wachstumsstrategie dar: Die internationale Präsenz der Division wird seit Beginn des Jahres 2007 durch die Gründung von Bau-Divisionen in Brasilien, China, Polen, Russland, Serbien und der Türkei verstärkt.

Umsatz
Division Industrie

in Mio. EUR



Außendienstmitarbeiter
Division Industrie



KLT-Wechselbehälter unterstützen die Prozesskostenreduzierung in der Produktion

Division Industrie

Herausragendes Wachstum in Deutschland

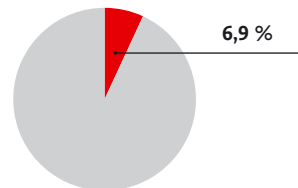
Die Division Industrie schloss in einem stabilen Umfeld nahtlos an die erfolgreichen Vorjahre an. Der Umsatz stieg um 15,1 Prozent auf 533 Millionen Euro und übertraf damit die Erwartungen in allen Regionen. Als Motor des Umsatzwachstums zeigte sich im Jahr 2006 das Geschäft in Deutschland. Sowohl die auf breiter Front spürbare Nachfragebelebung als auch eine große Zahl angelaufener Projekte mit neuen Kunden führte hier zu einer Umsatzsteigerung von 23,2 Prozent. Besonders zulegen konnte dabei wiederum das strategische Kernstück, die bedarfsgesteuerte Kleinteileversorgung für die Produktion durch Kanban-Lieferungen.

Kräftige Investitionen in den Vertrieb und den technischen Support
Analog zu der Entwicklung in den Vorjahren wurde auch 2006 der ständig steigenden Nachfrage nach Engineering-Kapazität durch weitreichende Personalinvestitionen entsprochen. Immer frühzeitiger werden unsere Ingenieure in den Produkt-Entwicklungsprozess einbezogen und leisten durch Standardisierungen, Entwicklung von multifunktionalen Teilen, Empfehlungen zum Korrosionsschutz oder Hinweise zu optimalen Montagebedingungen einen überzeugenden Kostensenkungsbeitrag. Parallel wurde das ohnehin dichteste Vertriebsnetz der Branche nochmals kräftig erweitert, um noch mehr technischen Support und die Beratungsleistung zu sichern.

WINWORK auf Märkten mit Zukunftspotenzial ausgebaut

Bewährt hat sich, neben der Strategie der sorgfältigen Entwicklung etablierter Absatzregionen, besonders diejenigen Märkte durch Gründungen und Akquisitionen zu entwickeln, in denen neue Fertigungskapazitäten aufgebaut werden. Nach den angelaufenen Gesellschaften in Indien, China und Kanada konnten im Jahr 2006 gezielte Akquisitionen in den sich schnell entwickelnden Märkten Brasilien und Südafrika getätigt werden. Das Würth Industrial Net-

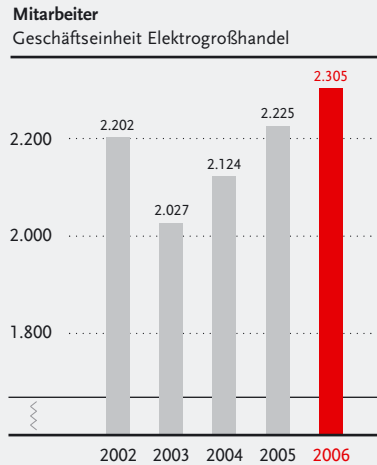
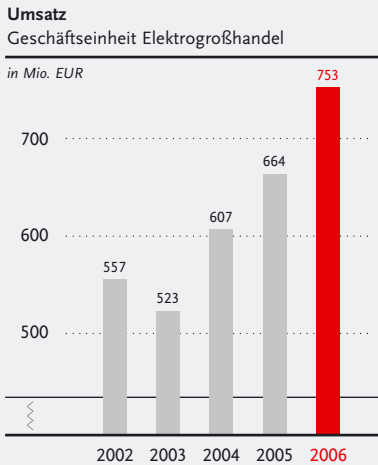
Anteil am Gesamtumsatz
Division Industrie



work (WINWORK) umfasst damit inzwischen 32 Gesellschaften auf allen Kontinenten und gewährleistet insbesondere der international agierenden Kundschaft die Infrastruktur für ein global kontrollierbares Beschaffungsmanagement.

Ausblick 2007

Für das Jahr 2007 erwarten wir eine Abflachung des amerikanischen Marktes, während wir in Europa und Asien weiter am Ausbau der Kapazitäten partizipieren werden. Unterstützend wirkt die weiterhin zunehmende Nachfrage an Outsourcing-Modellen für gering wertschöpfende Arbeitsprozesse im C-Artikel-Management. Hinzu kommen die Bedürfnisse multinational tätiger Kunden nach einheitlichen Qualitätsstandards an ihren weltweiten Standorten. Der anhaltenden Verlagerung von Fertigungskapazitäten werden wir durch den Aufbau von Gesellschaften entsprechen, die speziell auf Industrieprozesse ausgerichtet sind. Unseren Kunden gewährleisten wir damit weiterhin international das herausragende Verhältnis zwischen Kosten, Verfügbarkeit und Qualität.



Sicherungsautomat aus dem Installationsbereich

Geschäftseinheit Elektrogroßhandel Marktposition gefestigt

Die Geschäftseinheit Elektrogroßhandel ist mit einem Umsatzwachstum von 13,4 Prozent auf 753 Millionen Euro deutlich gewachsen. Einen erheblichen Anteil am Wachstum hatten die Auslandsgesellschaften, die ihren Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 42,3 Prozent gesteigert haben. Das Inland verzeichnete ein Umsatzwachstum von 10,3 Prozent. Die gesamte Geschäftseinheit beschäftigte zum Jahresende 2.305 Mitarbeiter, wovon 310 im Außendienst und 1.995 im Innendienst tätig waren. In Deutschland waren insgesamt 1.941 Mitarbeiter beschäftigt, 245 im Außendienst und 1.696 im Innendienst. Durch das erzielte Umsatzwachstum und durch Prozessoptimierungen ist es gelungen, die Produktivität pro Mitarbeiter zu verbessern. Dies in Kombination mit der erfolgreichen Fokussierung auf zwischenzeitlich rund 90.000 Kunden beeinflusste das Betriebsergebnis positiv.

Positive Effekte durch den konjunkturellen Aufschwung in der Elektrobranche

Der konjunkturelle Aufschwung im Inland und die Vorzieheffekte der Mehrwertsteuer haben sich auch positiv auf die Umsätze der Geschäftseinheit Elektrogroßhandel ausgewirkt. Für die kommenden Jahre bieten sich enorme Potenziale auf dem Renovierungsmarkt, was durch den in Deutschland im Jahr 2007 eingeführten Energiepass für Gebäude unterstrichen wird. Die Zukunft der Elektrobranche wird bestimmt durch die steigende Nachfrage der Endkunden nach regenerativen Energiequellen und deren intelligenter Nutzung sowie energiesparenden Beleuchtungssystemen.

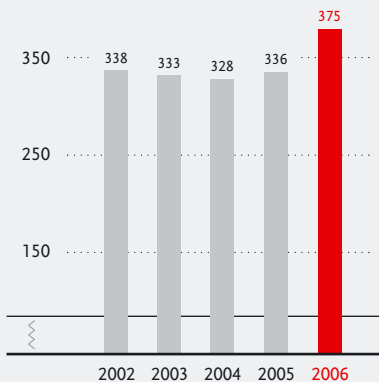
Der Würth Elektrogroßhandel liegt mit einem Marktanteil von sieben Prozent in Deutschland an dritter Stelle. Das Marktvolumen von rund acht Milliarden Euro teilen sich neben Würth andere Konzerngroßhandelsunternehmen mit einem Anteil von 35 Prozent sowie die vielen starken mittelständischen Großhändler, die in Einkaufs- und Marketingkooperationen zusammengeschlossen sind und 40 Prozent des Marktes repräsentieren. Die restlichen 18 Prozent entfallen auf freie und kleinere Großhandlungen ohne Kooperationszusammenschluss.

Ausblick 2007

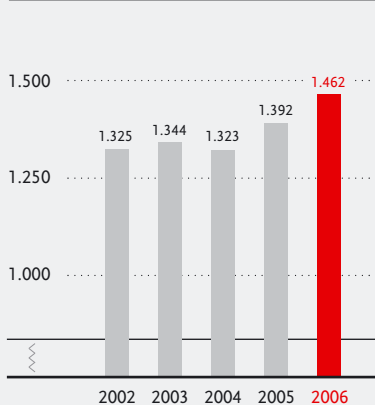
Die Geschäftseinheit Elektrogroßhandel hat sich zu einer gewinnbringenden Einheit innerhalb der Würth-Gruppe entwickelt. Die Gesellschaften dieser Geschäftseinheit im Inland sowie die Auslandsgesellschaften in Österreich, Tschechien, Polen, Russland und im Baltikum planen, an der positiven Grundstimmung in den einzelnen Ländern weiterhin teilzuhaben.

Umsatz Geschäftseinheit Werkzeuge

in Mio. EUR



Mitarbeiter Geschäftseinheit Werkzeuge



Hochvorschub-Fräser für die Produktivitätssteigerung in der Fertigung

Geschäftseinheit Werkzeuge

Investitionsneigung unterstützt kräftiges Wachstum

Die schwerpunktmäßig zentraleuropäisch aufgestellte Gruppe der Werkzeuggesellschaften konnte auch durch konjunkturelle Unterstützung ihren Umsatz um 11,6 Prozent auf 375 Millionen Euro steigern. Positiv zeigte sich dabei sowohl das Wiedereinsetzen der Nachfrage nach Investitionsgütern der Mess- und Prüftechnik als auch kräftig angestiegene Mehrvertriebsleistungen bei Verbrauchsgütern. Erfreulich entwickelte sich das Wachstum mit 9,9 Prozent im Kernmarkt Deutschland. Zudem konnte mit deutlich höherem Auftragsbestand in das Jahr 2007 gestartet werden. Um das Wachstum der Folgejahre zu sichern, wurde erneut in zusätzliche Außendienstmitarbeiter, insbesondere in den neu gegründeten Gesellschaften, investiert. Die Anzahl der Außendienstmitarbeiter beläuft sich in der Geschäftseinheit auf insgesamt 531.

Atorn zeigt hohe Marktakzeptanz

Unterstützt werden die Umsatzsteigerungen bei Verbrauchswerkzeugen durch eine überdurchschnittliche Zunahme des Umsatzanteils der Qualitätsmarke Atorn. In intensiver Zusammenarbeit mit führenden Herstellern konnten im Jahr 2006 bestehende Programmlücken geschlossen und die Qualität durchgängig erhöht werden. Mit einem am Markt unübertroffenen Preis-Leistungs-Verhältnis für qualitätsbewusste Kunden wird Atorn mit über 9.000 Werkzeugen immer mehr zum Kern unserer Werkzeuggruppe.

Triebfeder Innovationskraft

Um das künftige Wachstum sicherzustellen, betreiben die Werkzeuggesellschaften umfangreiche Innovationsinitiativen. Diese beziehen sich sowohl auf das mit über 60.000 unterschiedlichen Artikeln umfangreichste Sortiment der Branche, welches den auf Produktivität achtenden Anwender auf dem neuesten Stand der Werkzeugtechnik hält, als auch auf maßgeschneiderte E-Commerce-Konzepte zur Beschaffungskosten-Reduzierung. Letztere werden immer mehr zur Kernleistung des Werkzeuggeschäfts.

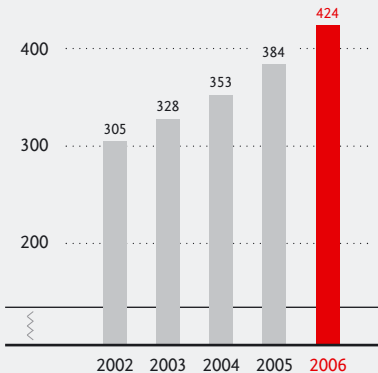
Ausblick 2007

Die Gesellschaften der Geschäftseinheit Werkzeuge werden auch im Jahr 2007 ihre führende Stellung im E-Commerce-Bereich weiter festigen. Darüber hinaus wird erneut in den Außendienst investiert, um die zukünftige Vertriebskraft und Beratungsleistung gewährleisten zu können. Der zunehmenden Verlagerung von Fertigungskapazitäten wird durch den Aus- und Aufbau von Gesellschaften in Volumenmärkten mit hohem Zukunftspotenzial entsprochen.

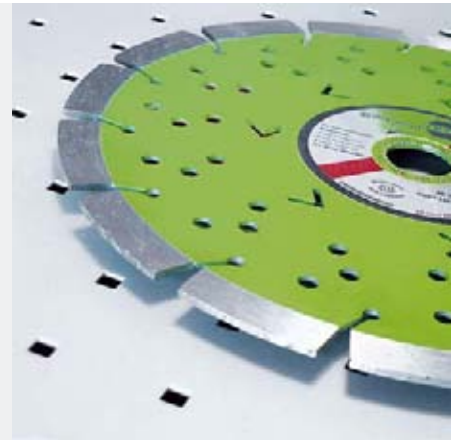
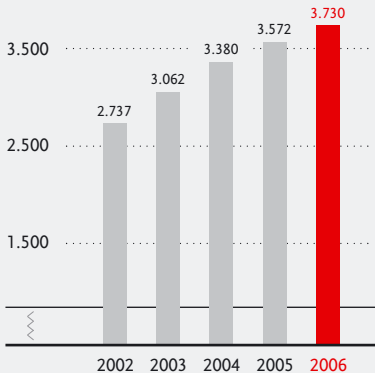


Umsatz
Geschäftseinheit reca Gruppe

in Mio. EUR



Mitarbeiter
Geschäftseinheit reca Gruppe



Diamanttrennscheibe reca diaflex: Sehr hohe Schnittgeschwindigkeit bei höchster Standzeit

Geschäftseinheit reca Gruppe

Zweistellige Umsatzsteigerung

Die Unternehmen der reca Gruppe beliefern im Direktvertrieb Kunden des Metall- und Kfz-Handwerks sowie des Bereichs Cargo mit Befestigungs- und Montagematerial. Spezialisten für Arbeitskleidung, Werbemittel und den Bereich Industrie ergänzen und bereichern die reca Gruppe.

Parallel zu der steigenden Konjunktur innerhalb des Jahres 2006 ist die Geschäftsentwicklung der reca Gruppe ebenfalls sehr positiv verlaufen. Der Umsatz konnte um 10,4 Prozent auf 424 Millionen Euro gesteigert werden. Die Anzahl der Mitarbeiter belief sich per Jahresende insgesamt auf 3.730. Davon betreuten 2.880 Außendienstmitarbeiter die nahezu 300.000 Kunden.

Stabilisierung des internationalen Marktes

Der Fokus im Jahr 2006 lag in der reca Gruppe auf einer Stabilisierung der in den letzten Jahren zahlreich neu gegründeten Gesellschaften. Zum Ende des Jahres 2006 zählte die reca Gruppe 41 Gesellschaften in 24 Ländern. Speziell in den Branchen Bau und Ausbau konnte die reca Gruppe von der starken Nachfrage profitieren und ihre Marktposition ausbauen. Gleichwohl kann der Marktanteil insgesamt gesehen als weiterhin gering betrachtet werden, sodass es in allen Geschäftsfeldern genügend Wachstumspotenzial gibt.

Der Eintritt in neue Märkte und neue Länder wird zunehmend härter und erfordert daher höchste Konzentration und Professionalität. Immer mehr Bedeutung gewinnen deshalb sowohl die verschiedenen Servicekonzepte zur Bewirtschaftung von C-Teilen

beim Kunden als auch die klare Positionierung von reca C.A.M., unserem C-Artikel-Management speziell für Industrie- und Großkunden. Hier steht die Lagerbewirtschaftungskette im Vordergrund.

Rekordjahr ermöglicht hohen Investitionsumfang

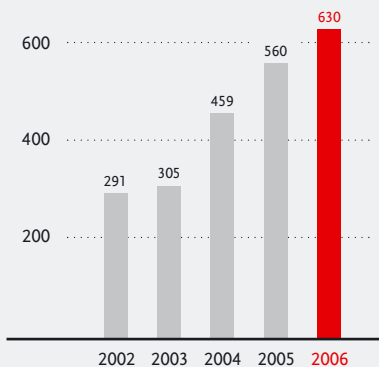
Die Ertragslage mit dem erwirtschafteten Gewinn erlaubt es der reca Gruppe, Investitionen zu tätigen, die in erster Linie Wachstum und Erfolge in der Zukunft sichern. Bei der deutschen Muttergesellschaft RECA NORM wurden sechs Millionen Euro in die Erweiterung des Vertriebszentrums investiert. In Österreich bei Kellner & Kunz, der Muttergesellschaft der osteuropäischen reca Gruppe, ist die Projektierung für die Erstellung eines neuen Logistikzentrums angelaufen.

Ausblick 2007

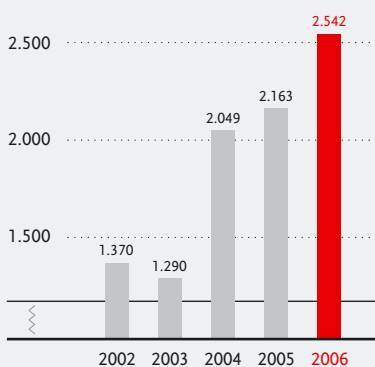
Die Expansion durch Multiplikation der Außendienstmannschaft steht auch im Jahr 2007 im Fokus. Ziel ist es, die Position der reca Gruppe am Weltmarkt in den nächsten Jahren durch Neugründungen sowohl in Osteuropa, Irland und Portugal als auch in Südamerika und Indien weiter auszubauen.

Umsatz Geschäftseinheit Handel

in Mio. EUR



Mitarbeiter Geschäftseinheit Handel



SWG Uni-Allzweckschraube

Geschäftseinheit Handel

Aufbruch in die Wachstumsmärkte

In einem nach wie vor nicht einfachen Marktumfeld wuchs die Geschäftseinheit Handel im Jahr 2006 profitabel und baute ihre Stellung als weltweiter Lieferant weiter aus. Mittlerweile sind 50 Gesellschaften in 19 Ländern in der Geschäftseinheit Handel aktiv und erreichten einen Umsatz von 630 Millionen Euro. Dies entspricht einem Wachstum von 12,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die Anzahl der Außendienstmitarbeiter wurde auf insgesamt 931 ausgebaut.

Aufbruch in die Wachstumsmärkte

Mit der gezielten Erschließung der Wachstumsmärkte in Osteuropa legt die DIY World GmbH das Fundament für eine weiterhin positive Geschäftsentwicklung. Im Fokus der Expansion stehen im abgelaufenen wie auch im aktuellen Geschäftsjahr die Wachstumsmärkte im osteuropäischen Raum.

Eintritt in den italienischen Markt

Mit den Bau- und Heimwerkermärkten in Deutschland und Europa erwirtschaftete Conmetall mit 564 Mitarbeitern einen Umsatz von 115 Millionen Euro. Durch den Zukauf der Masidif S.r.l. in Italien wird die Präsenz der Gruppe nun neben dem osteuropäischen Raum auch im südeuropäischen Raum verstärkt.

Die Handelsschiene der Schraubenproduzenten REISSER Schraubentechnik GmbH sowie SWG Schraubenwerk Gaisbach GmbH bedient überwiegend den deutschen und französischen

Markt. Die REISSER Schraubentechnik GmbH deckt zusätzlich mit Tochtergesellschaften in Polen, Ungarn und Rumänien den osteuropäischen Markt ab und setzt verstärkt auf den Ausbau der eigenen Premium-Marken.

Der Vertrieb im Bereich Flachdach durch Van Roij Fasteners Europe B.V. mit Sitz in den Niederlanden hat sich durch den Zukauf der Firma Duvimex Belgien BvBA überaus erfreulich entwickelt. Die Expansion in den Beneluxländern wird im laufenden Geschäftsjahr weiter fortgesetzt. Der osteuropäische Markt im Bereich Flachdach wird erfolgreich durch die ungarische Tochtergesellschaft Van Roij Fasteners Hungaria Kft. abgedeckt.

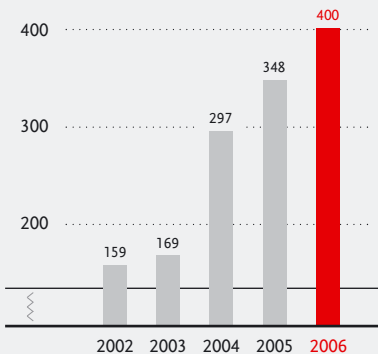
Ausblick 2007

Auf der Grundlage der bisherigen Entwicklung wird die Geschäftseinheit Handel auch in den kommenden Jahren den Kurs des profitablen Wachstums konsequent fortsetzen. Langfristig ist es unser Ziel, den Umsatzanteil weiter kontinuierlich zu erhöhen sowie die internationale Präsenz und Marktposition weiter auszubauen und auf den zunehmend scharfen Wettbewerb auszurichten. Ein Schwerpunkt wird dabei auf den wachstumsstarken Märkten in Osteuropa liegen. Im Fokus stehen ein hoher Qualitätsanspruch verbunden mit starken Marken sowie der weitere Ausbau von Serviceleistungen.

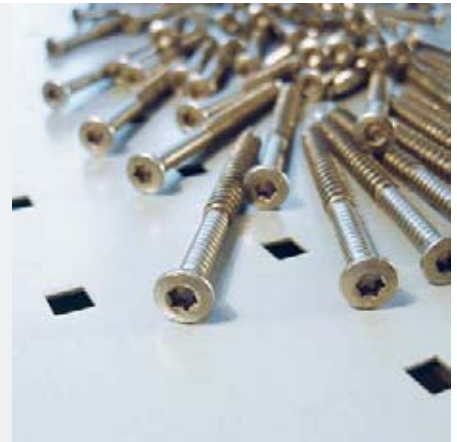
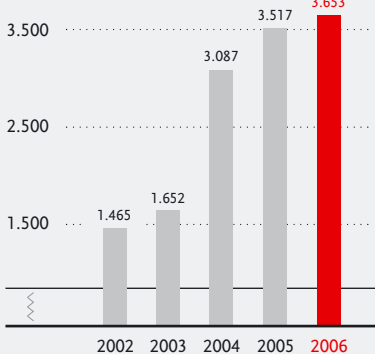


Umsatz
Geschäftseinheit Produktion

in Mio. EUR



Mitarbeiter
Geschäftseinheit Produktion



ASSY® plus RS A2 – patentierte Terrassenbauschraube

Geschäftseinheit Produktion

Aufbau eines Würth Industrieparks im Nordosten Chinas

Die Geschäftseinheit Produktion umfasste im Geschäftsjahr 2006 insgesamt 25 Gesellschaften. Gefertigt wurde für einen internationalen Kundenkreis, der sich zu einem hohen Anteil aus dem Holz- und Metallhandwerk rekrutiert, aber auch Großabnehmer aus der Möbel-, Elektro- und Automobilindustrie umfasst. Per Dezember 2006 wurden 3.653 Mitarbeiter beschäftigt und ein Gesamtumsatz von 400 Millionen Euro erwirtschaftet, was einer Steigerung um 14,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Die durch steigende Energie- und Rohmaterialpreise erhöhten Produktionskosten konnten weitgehend durch Produktivitätssteigerungen kompensiert werden.

Unterzeichnung eines Kooperationsvertrages mit Vertretern der Stadt Shenyang

Im September 2006 unterschrieb Prof. Dr. h. c. Reinhold Würth im Bundeskanzleramt in Berlin im Beisein von Bundeskanzlerin Angela Merkel und des chinesischen Premierministers Wen Jiabao eine Kooperationsvereinbarung mit einer von Vizebürgermeister Qi Song angeführten Delegation der chinesischen Stadt Shenyang. Es geht darin um die Gründung eines 30 Hektar großen Würth Industrieparks in der Shenyang EU Economic Development Zone am Rande der Sieben-Millionen-Einwohner-Metropole im Nordosten Chinas. Der erste Spatenstich für das 30-Millionen-US-Dollar-Projekt soll im Frühjahr 2007 erfolgen, die Einweihung ist für Herbst 2008 geplant. In einer ersten Phase soll zunächst eine produzierende Gesellschaft gegründet werden, die eine Drahtvorbereitung, eine mechanische Kaltumformung, eine Härterei und eine Galvanik, also

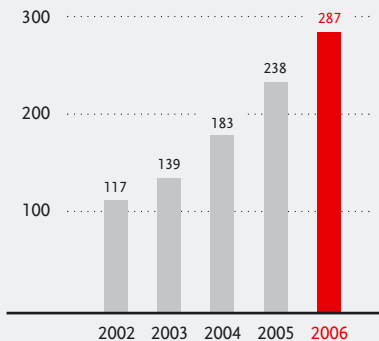
sämtliche Wertschöpfungsstufen einer Schraubenfertigung umfasst. In einer zweiten Phase und nach Etablierung dieser Gesellschaft könnte dann die Gründung von weiteren produzierenden Gesellschaften wie KMT, REISSER und anderen erfolgen.

Ausblick 2007

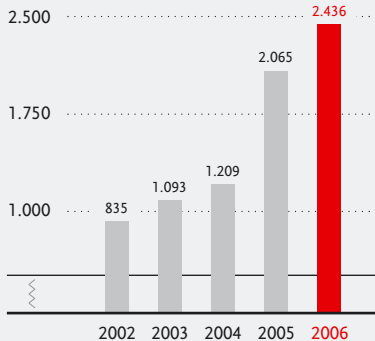
Auch im Geschäftsjahr 2007 werden die Rohmaterial- und Energiepreise weiter ansteigen. Um dennoch die Profitabilität weiterhin zu erhöhen, wird verstärkt auf Maßnahmen zur Steigerung der Produktivität und zur Kostensenkung in der Produktion gesetzt. So bereiten sich derzeit mehrere produzierende Gesellschaften auf die Einführung von Total-Productive-Management-Projekten vor, um ungewollte Stillstandszeiten von Maschinen und Anlagen nachhaltig zu minimieren. Zudem liegen die Schwerpunkte unseres Produktionsprogramms künftig mehr und mehr auf Befestigungsteilen mit bauamtlicher Zulassung sowie innovativen und schützenswerten Neuprodukten. Dadurch können wir unsere gestiegenen Kosten auf der Inputseite durch Verkaufspreise kompensieren, die der Qualität, dem Neuheitsgrad und Kundennutzen unserer Produkte angemessen sind. Des Weiteren schaffen wir durch den Aufbau des Würth Industrieparks in Shenyang weitere Wachstumschancen im Reich der Mitte.

Umsatz Geschäftseinheit Elektronik

in Mio. EUR



Mitarbeiter Geschäftseinheit Elektronik



Solare Hausnummernleuchte
LUCENDO von Würth Solergy

Geschäftseinheit Elektronik

Ungebremst dynamische Entwicklung

Der Schwung aus dem Geschäftsjahr 2005 setzte sich in der Geschäftseinheit Elektronik auch im Jahr 2006 fort. Die weltweite Nachfrage nach Leiterplatten, passiven Bauelementen und elektronischen Systembaugruppen überstieg alle Prognosen. Dieser Umstand spiegelt sich in der sehr positiven Geschäftsentwicklung der auf diesen Märkten tätigen Unternehmen der Geschäftseinheit wider. Insgesamt konnten die 2.436 Mitarbeiter der Würth Elektronik-Gruppe im Jahr 2006 einen Umsatz von 287 Millionen Euro erwirtschaften. Dies entspricht einer Steigerung von über 20 Prozent zum Vorjahr und übertrifft die eigenen, bereits sehr ehrgeizig gesetzten Ziele. Besonders im Bereich der elektronischen Komponenten konnte die schon in den Vorjahren erzielte hohe Wachstumsgeschwindigkeit nochmals signifikant gesteigert werden.

Globales Produktions- und Vertriebsnetzwerk

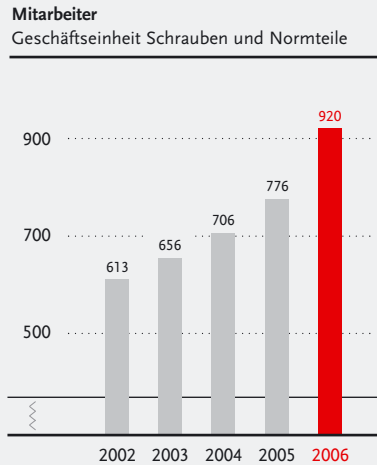
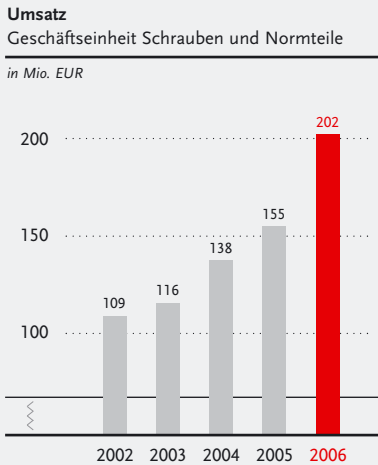
Auch für die Zukunft wurden 2006 wieder Weichen gestellt: Investitionen in den Aufbau von Produktionskapazitäten für Leiterplatten in Deutschland und passive Bauelemente in China sowie Investitionen in den konsequenten Ausbau der weltweiten Vertriebsstrukturen lenken den Blick auf die kommenden Jahre. Unter der Prämisse einer kundenorientierten Globalisierung setzt die Geschäftseinheit Elektronik auch weiterhin gleichermaßen auf Produktionsstandorte in Deutschland wie auch im Ausland.

Sonnige Zeiten

Die viel beachtete offizielle Eröffnung der CISfab in Schwäbisch Hall, der weltweit ersten Großserienfertigung für CIS-Photovoltaikmodule (Kupfer-Indium-Selenid) der Würth Solar im Oktober 2006, setzte ein Zeichen gleichermaßen im Markt regenerativer Energien wie auch in der Würth-Gruppe. Sechs Jahre intensive Forschung und Entwicklung in der Pilotfabrik gepaart mit visionärem Denken aller Beteiligten haben es Würth Solar ermöglicht, den erreichten technologischen Vorsprung auch in wirtschaftliche Größenordnungen umzusetzen. Die CISfab wird als multiplikationsfähiger Erfolgsfaktor eine wichtige Rolle in der Entwicklung der Geschäftseinheit in den nächsten Jahren spielen.

Ausblick 2007

Die Unternehmen der Geschäftseinheit Elektronik sind weiter auf Wachstumskurs. Inwieweit dieser durch anhaltend dynamische Marktentwicklungen beschleunigt wird, bleibt abzuwarten. Unabhängig davon liegt das Augenmerk aller Unternehmen jedoch weiterhin darauf, gesundes Wachstum aus eigener Kraft zu generieren, indem gegenüber dem Kunden täglich das im Würth Elektronik-Claim gegebene Versprechen „more than you expect“ eingelöst wird.



Sechskantschrauben und -mutter aus Edelstahl

Geschäftseinheit Schrauben und Normteile

Weiterhin hohe Nachfrage nach dem Werkstoff Edelstahl

Die Geschäftseinheit Handel mit Schrauben und Normteilen ist mit 31 Gesellschaften in 21 Ländern tätig. Davon haben sechs Gesellschaften ihren Sitz in Deutschland. Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit ist der Handel mit DIN- und Normteilen. Die Mehrzahl der Gesellschaften sind Spezialisten im Handel von Edelstahlteilen. Im Geschäftsjahr 2006 konnte die Geschäftseinheit mit einem Umsatz von 202 Millionen Euro abschließen, was einer Steigerung von 30,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. 182 Außendienstmitarbeiter waren im Jahr 2006 in der Geschäftseinheit beschäftigt.

Die Geschäftstätigkeit gliedert sich in drei Bereiche:

- Handel mit DIN- und Normteilen sowie Edelstahlprodukten
- Herstellung und Vertrieb von Sonderbefestigungsteilen
- Reparatur und Wartung von Hydraulikhochdruckleitungen und -komponenten

Vor allem der Bereich der Dienstleistung an industriellen Hochdruckanlagen wächst stark. Dies gilt insbesondere für den Bereich der Großindustrie. Die Konfektionierung von maßgeschneiderten Sonderlösungen im Bereich der Hochdruckleitungen für die Industrie wird zum bedeutenden Standbein der Indunorm Hydraulik GmbH.

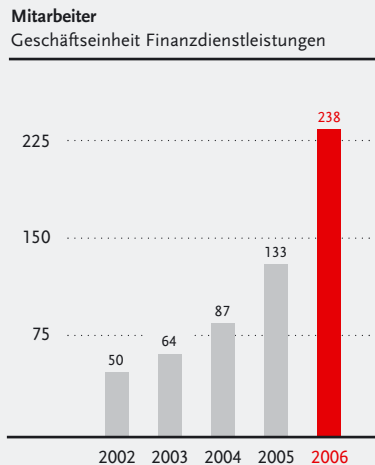
Erfolgreiches Jubiläumsjahr

Im 25. Jubiläumsjahr konnte die Sonderschrauben Güldner GmbH & Co. KG in allen Bereichen neue Höchstmarken setzen. Der Spezialist für Sonderschrauben und CNC-Drehteile erzielte mit einer Steigerung um 18,9 Prozent einen Umsatzrekord von 7,7 Millionen

Euro. Hauptabnehmer sind Industriekunden aus den Branchen Maschinen- und Apparatebau, Kraftwerksanlagen sowie Armaturenhersteller und Automobilzulieferer. Bereits in Planung befindet sich der Neubau eines Verwaltungs- und Produktionsgebäudes am jetzigen Produktionsstandort Niederstetten.

Ausblick 2007

Im vergangenen Jahr zeigte sich das gesamte Spektrum an Besonderheiten, das der Produktbereich Edelstahl aufzuweisen hat. Wir erlebten explosionsartig steigende Preise, Verknappung von Rohstoffen und Vormaterial sowie lange Lieferzeiten. All dies sorgte für ein gewaltiges Potenzial an Spekulationen in diesem Sektor. Die Nickelnotierung schnellte von 13.000 US-Dollar pro Tonne auf beinahe 35.000 US-Dollar pro Tonne und löste einen gigantischen Nachfragesog aus, der sowohl die Nickelvorräte auf dem Weltmarkt auf nahezu null fallen ließ als auch die Läger von Edelstahl-Verbindungselementen stark reduzierte. Lieferrückstände waren die Konsequenz. Lieferzeiten für Neubestellungen erhöhten sich auf sechs bis sieben Monate. Experten zufolge wird diese Situation noch einige Monate anhalten, mit allen beschriebenen Begleiterscheinungen.



Finanzdienstleistungen bei Würth: Ein dynamisch wachsender Geschäftsbereich

Geschäftseinheit Finanzdienstleistungen

Individuelle Konzepte für individuelle Kunden

Entstehung

Bereits seit über 30 Jahren verfügt die Würth-Gruppe mit der Würth Finance International B.V. über eine Inhouse-Bank, welche das Ziel verfolgt, die Finanzgeschäfte der Gruppe zentral abzuwickeln. Der Startschuss für den Aufbau einer „externen“, also auf Nicht-Konzernkunden fokussierten Finanzdienstleistungssparte fiel im Jahre 1995 mit dem Dienstleistungsangebot der Würth Leasing GmbH & Co. KG mit Sitz in Göppingen.

Schwerpunkte

Besonders hervorzuheben ist, dass die Würth-Gruppe seit dem Jahr 2006 mit 88,55 Prozent der Anteile über die Aktienmehrheit an der IBB (Internationales Bankhaus Bodensee) AG mit Sitz in Friedrichshafen verfügt. Die IBB ist als mittelständische Spezialbank in den Bereichen Anlagemanagement, Financial Engineering, Investment Banking, Immobiliengeschäft und mittelständisches Firmenkundengeschäft tätig. Insbesondere im zuletzt genannten Tätigkeitsfeld verzeichnet die Bank starke Wachstumsraten. Die IBB versucht als mittelständisches Bankhaus besonders mittelständische Firmenkunden zu erreichen und erzielt durch eine hohe Beratungskompetenz und kurze Entscheidungswege beachtliche Erfolge.

Unter dem Dach der Würth Finance International B.V. wurde der Finanzdienstleistungsbereich der Würth-Gruppe zuletzt in der Schweiz massiv ausgebaut. Angeboten werden heute Dienstleistungen in den Bereichen Vorsorge, Versicherung und Vermögen sowie im Investitionsgüter-Leasing und im Hypothekenbereich. Die Würth Finance International B.V. und ihre Tochterunternehmen firmieren als Würth Finance Group.

Ausblick 2007

Weltweit kündigen die Konjunkturprognosen weiterhin einen soliden Wachstumskurs an. So stimmt uns nicht nur dieser Marktausblick zuversichtlich, den Finanzdienstleistungssektor in der Würth-Gruppe weiter dynamisch ausbauen zu können. Auch die Tatsache, dass das Wachstumspotenzial für qualitativ hochwertige Finanzdienstleistungsaktivitäten der Würth Finanzdienstleister noch sehr groß ist, lässt uns optimistisch in die Zukunft blicken. Das Qualitäts- und Serviceversprechen an die Kunden, dem sich die Würth-Gruppe in ihrem Kerngeschäft verpflichtet fühlt, löst sie auch im Bereich der Finanzdienstleistungen ein. Dieser Anspruch ist aus unserer Sicht entscheidend für den weiteren erfolgreichen Ausbau des Finanzdienstleistungssektors in den nächsten Jahren.



Die Gesellschaften der Würth-Linie

Albanien

Würth Albania Ltd.,
Tirana

Argentinien

Würth Argentina S.A.,
Villa Lynch

Armenien

Würth Co. Ltd.,
Armenia

Aserbaidtschan

Würth Aztur Ltd.,
Baku

Australien

EDL Fasteners Pty. Ltd.,
Sydney

Global Fasteners
(Aust) Pty. Ltd.,
Seven Hills

Thomas Warburton Pty. Ltd.,
Mulgrave

Würth North Pty. Ltd.,
Monterey Keys

Würth South Pty. Ltd.,
Dingley

Würth West Pty. Ltd.,
Malaga

Belgien

Marc-Gérard S.A.,
Ans/Liège

Würth Belux N.V.,
Turnhout

Würth-Modyf N.V.,
Turnhout

Bosnien-Herzegowina

WÜRTH BH d.o.o.,
Sarajevo

Brasilien

Só W. Diesel, Indústria e Comércio
Parafusos Peças Importação
Exportação Ltda.,
São Paulo - SP

Würth do Brasil Peças
de Fixação Ltda.,
Cotia

Bulgarien

Würth Bulgarien E.O.O.D.,
Sofia

Chile

Würth Chile Ltda.,
Santiago de Chile

China

Würth Fasteners Trading
(Shanghai) Co. Ltd.,
Shanghai

Würth Guangzhou International
Trading Co. Ltd.,
Guangzhou

Würth (Shanghai) Hardware &
Tools Co. Ltd.,
Shanghai

Würth Hong Kong Co. Ltd.,
Hong Kong

Würth Tianjin International
Trading Co. Ltd.,
Tianjin

Dänemark

Würth Danmark A/S,
Kolding

Würth Modyf Danmark A/S,
Kolding

Deutschland

Adolf Würth GmbH & Co. KG,
Künzelsau

Würth Industrie Service
GmbH & Co. KG,
Bad Mergentheim

Würth Modyf GmbH & Co. KG,
Künzelsau

Dominikanische Republik

Würth Dominicana S.A.,
Santo Domingo

Ecuador

Wuerth Ecuador S.A.,
Quito

Estland

Würth AS,
Harjumaa

Finnland

Würth Oy,
Riihimäki

Frankreich

Würth France S.A.,
Erstein Cedex

Würth Industrie France S.A.S.,
Geispoldsheim

Würth Modyf France S.a.r.l.,
Erstein

Georgien

Würth Georgia Ltd.,
Tiflis

Griechenland

Würth Hellas S.A.,
Krioneri

Großbritannien

Winzer Würth Industrial Ltd.,
Goldaming, Surrey

Würth U.K. Ltd.,
Erith, Kent

Indien

Bettina Würth Auto
India Private Limited,
Mumbai

Marion Würth India Pvt. Ltd.,
Delhi

Reinhold Wuerth India Pvt. Ltd.,
Kilpauk, Chennai

Wuerth Industrial
Services India Pvt. Ltd.,
Pune

Wuerth India Pvt. Ltd.,
Mumbai

Indonesien

PT Wuerth Indah,
Jakarta Barat

Iran

Würth Teheran Ltd.,
Teheran

Irland

Würth Ireland Ltd.,
Limerick

Island

Würth á Íslandi ehf.,
Garðabær

Israel

Würth Israel Ltd.,
Caesarea

Italien

Modyf GmbH,
Tramin

Würth S.r.l.,
Neumarkt

Japan

Würth Japan Inc.,
Yokohama

Jordanien

Würth-Jordan Co. Ltd.,
Amman

Kambodscha

Würth Cambodia Ltd.,
Phnom Penh

Kanada

McFadden's Hardwood &
Hardware Inc.,
Oakville, Ontario

Würth Canada Ltd., Ltée,
Mississauga, Ontario

Kasachstan

Wuerth Kazakhstan Ltd.,
Almaty

Kenia

Wuerth Kenya Ltd.,
Nairobi

Kirgistan

Würth Foreign
Swiss Company Ltd.,
Bishkek

Kolumbien

Würth Colombia SA,
Bogota

Kroatien

Würth-Hrvatska d.o.o.,
Zagreb

Lettland

SIA Wurth,
Riga

Libanon

Würth Lebanon,
Beirut

Litauen

Wurth Lietuva,
Vilnius

Malaysia

Wuerth Malaysia Sdn. Bhd.,
Petaling Jaya

Malta

Würth Ltd.,
Qormi

Martinique

Würth Caraïbes S.a.r.l.,
Ducos

Mazedonien

Wuerth-Macedonia d.o.o.e.l.,
Skopje

Mexico

Würth México S.A. de C.V.,
Morelos

Moldavien

Würth Moldova Ltd.,
Chisinau

Mongolei

Wuerth Mongolia LLC,
Ulaanbaatar

Neuseeland

EDL Fasteners Ltd.,
Auckland

Global Fasteners Ltd.,
Auckland

Würth New Zealand Ltd.,
Auckland

Niederlande

Würth Modyf NL B.V.,
's-Hertogenbosch

Würth Nederland B.V.,
's-Hertogenbosch

Norwegen

Würth Norge AS,
Hagan

Würth Norge AS,
Hagan

Österreich

Würth Handelsges. m.b.H.,
Böheimkirchen

Würth Modyf Österreich GmbH,
Böheimkirchen

Panama

Würth Centroamérica S.A.,
Ciudad de Panama

Peru

Würth Perú S.A.C.,
Lima

Philippinen

Wuerth Philippines Inc.,
Cabayao, Laguna

Polen

Würth Polska Sp. z.o.o.,
Warszawa

Portugal

Würth Modyf Lda.,
Sintra

Würth Portugal Técnica de
Montagem Lda.,
Sintra

Rumänien

Würth Romania S.R.L.,
Otopeni, Ilfov

Russland

Würth North-West,
St. Petersburg

Würth Russia,
Moscow

ZAO Wuerth-Ural,
Jekaterinburg

Schweden

Würth Svenska AB,
Örebro

Nordiska Bult Holding AB,
Hisings Backa

Schweiz

Würth AG,
Arlesheim

Würth MODYF AG,
Arlesheim

Serbien

Wurth d.o.o.,
Krnjaca-Beograd

Wuerth Kosova,
Prishtine Unmik Kosova

Slowakei

Würth s.r.o.,
Bratislava

Slowenien

Würth d.o.o.,
Trzin

Spanien

W Altos Servicios Industriales S.A.,
Barcelona

Würth España S.A.,
Barcelona

Würth Modyf S.A.,
Barcelona

Sri Lanka

Wurth Lanka Private Ltd.,
Nugegoda

Südafrika

Action Bolt Pty. Ltd.,
Durban

Würth South Africa Co. (Pty) Ltd.,
Isando

Südkorea

Wurth Korea Co. Ltd.,
Seoul

Taiwan

Wurth Taiwan Co. Ltd.,
Taipei Hsien

Thailand

Wuerth Verbindungstechnik
Co. Ltd.,
Ladprao Bangkok

Tschechische Republik

Würth spol. s r.o.,
Mladá Boleslav

Türkei

Würth Otomotiv ve Montaj San.
Ürün. Paz. Ltd. Sti.,
Mimarsinan Büyükçekmece

Ukraine

Würth Ukraine Ltd.,
Vyshgorod, Kiew Region

Ungarn

Würth Szereléstechnika KFT,
Budaörs

Uruguay

Würth del Uruguay S.A.,
Montevideo

USA

Action Bolt & Tool Co.,
Riviera Beach, Florida

Adams Nut & Bolt Co.,
Maple Grove, Minnesota

Baer Supply Company,
Vernon Hills, Illinois

Louis and Company,
Brea, California

RevCar Fasteners Inc.,
Roanoke, Virginia

Snider Bolt & Screw Inc.,
Louisville, Kentucky

Trend Distributors Inc.,
Ft. Lauderdale, Florida

Würth Eastern Maintenance and
Industrial Supplies Inc.,
Berlin, Connecticut

Würth McAllen Bolt & Screw,
McAllen, Texas

Wurth Red Label,
Charlotte, North Carolina

Wurth/Service Supply Inc.,
Indianapolis, Indiana

WURTH USA Inc.,
Ramsey, New Jersey

Wurth Wood Group Inc.,
Charlotte, North Carolina

Vereinigte Arabische Emirate

Würth Gulf FZE,
Dubai

Vietnam

Vuviet Ltd. Co.,
Ho-Chi-Minh-City

Weißrussland

FE WuerthBel,
Minsk

Zypern

Wuerth Cyprus Ltd.,
Lefkosia



Die Gesellschaften der Allied Companies

Elektrogroßhandel

Deutschland

FEGA Elektro-Großhandels-GmbH,
Ansbach

LICHT Zentrale
Lichtgroßhandel GmbH,
Ansbach

nordberliner Elektro-Großhandels-
Gesellschaft mbH,
Eschborn

Schmitt Elektrogroßhandel GmbH,
Fulda

UNI ELEKTRO
Fachgroßhandel GmbH & Co. KG,
Eschborn

Walter Kluxen GmbH,
Hamburg

Estland

Talger-Elektrotehnika OÜ,
Tallinn

Lettland

SIA Baltjas Elektro Sabiedriba,
Riga

Litauen

UAB ELEKTROBALT,
Vilnius

Österreich

Eichmann
Elektrofachgroßhandel GmbH,
Linz

Polen

Fega Poland Sp. z.o.o.,
Wroclaw/Breslau

Russland

Fega GmbH,
Moscow

Tschechische Republik

Elfetex spol. s.r.o.,
Pilsen

Werkzeuge

China

HAHN + KOLB (Tianjin)
International Trade Co. Ltd.,
Tianjin

HAHN + KOLB
(Guangzhou) Tools Co. Ltd.,
Guangzhou

HAHN + KOLB
(Chongqing) Tools Co. Ltd.,
Chongqing

Deutschland

HAHN + KOLB Werkzeuge GmbH,
Stuttgart-Feuerbach

Hommel Hercules-Werkzeug-
handel GmbH & Co. KG,
Viernheim

Sartorius Nachf. GmbH & Co. KG,
Ratingen

Frankreich

HAHN + KOLB SOVECO S.a.r.l.,
Courtabœuf

Großbritannien

Monks and Crane
Industrial Group Ltd.,
Wednesbury

Österreich

Hommel & Seitz GmbH,
Wien

Metzler GmbH & Co. KG,
Rankweil

Polen

HAHN + KOLB Polska Sp. z.o.o.,
Poznan

HHW Hommel Hercules
PL Sp. z.o.o.,
Katowice

Rumänien

HAHN + KOLB Romania s.r.l.,
Otopeni

Russland

OOO HAHN + KOLB,
Moscow

Schweiz

HHW (Schweiz) AG,
Tagelswangen

Serbien

HAHN + KOLB d.o.o. Beograd,
Krnjaca Beograd

Slowakei

HHW-Hommel Hercules
Werkzeughandel SK s.r.o.,
Bratislava

Spanien

HHW Hommel Hercules
Iberica S.L.,
Molins de Rei

Tschechische Republik

HHW-Hommel Hercules
Werkzeughandel CZ s.r.o.,
Praha

Ungarn

HAHN + KOLB Hungária Kft.,
Budapest

reca Gruppe

Belgien

Normfest Benelux S.A./N.V.,
Zaventem

Reca Belux S.A.-N.V.,
Ternat

Bosnien-Herzegowina

RECA d.o.o.,
Sarajevo

Bulgarien

Reca Bulgaria E.O.O.D.,
Sofia

China

reca (Shanghai) Intern.
Trading Co. Ltd.,
Shanghai

Dänemark

Reca Danmark A/S,
Taastrup

Deutschland

Baier & Michels GmbH & Co. KG,
Ober-Ramstadt

CODESI GmbH,
Oberhausen

dress + safe GmbH & Co. KG,
Oberhausen

Normfest GmbH,
Velbert

RECA NORM GmbH & Co. KG,
Kupferzell

Siller & Laar GmbH & Co. KG,
Augsburg

Frankreich

Normfest France S.A.S.,
Le Blanc Mesnil Cedex

Reca Union France S.a.r.l.,
Mundolsheim

Griechenland

reca Hellas e.p.e.,
Athen

Großbritannien

Anchorfast Ltd.,
West Bromwich

Italien

FIME S.r.l.,
Belfiore

FINK S.r.l.,
Termeno

SCAR S.r.l.,
Bussolengo

SO.FIM S.r.l.,
Gazollo

Kroatien

reca d.o.o.,
Varazdin

Niederlande

A.J. Steenkist-Rooijmans B.V.,
Eindhoven

Normfest Nederland B.V.,
Well

Norwegen

Reca Norge A/S,
Skytta

Österreich

Kellner & Kunz AG,
Wels

Normfest Austria GmbH,
Wien

Polen

Normfest Polska Sp. z.o.o.,
Poznan

reca Polska Sp. z.o.o.,
Kraków

Rumänien

Reca Bucuresti S.R.L.,
Bucuresti

Schweden

Reca Sverige AB,
Helsingborg

Schweiz

Reca AG,
Dietikon

Serbien

reca d.o.o. Beograd,
Novi Beograd

Slovenien

Reca D.O.O.,
Maribor

Slowakei

reca Slovensko s.r.o.,
Bratislava

Spanien

Fime Hispania S.A.,
Massalfaas Valencia

Normfest Hispania S.A.,
Catarroja-Valencia

reca Hispania S.A.,
Aldaya-Valencia

Servicios Completos Automoción Y
Repuestos S.A.,
Ribarroja del Turia Valencia

Tschechische Republik

Normfest s.r.o.,
Praha

Reca spol. s.r.o.,
Brno

Ungarn

Reca KFT.,
Budapest

Handel**Belgien**

Conmetall N.V.,
Mechelen

Duvmex Belgien BvbA,
Mortsel

Brasilien

AP Winner Indústria e Comércio de
Produtos Químicos Ltda.,
Ponta Grossa, Paraná

China

DIY Products Asia Ltd.,
Hongkong

Deutschland

Arnold & Shinjo GmbH & Co. KG,
Forchtenberg-Ernstbach

Conmetall GmbH & Co. KG,
Celle

Conpac GmbH & Co. KG,
Celle

DIY World GmbH,
Wuppertal

Glessdox GmbH & Co. KG,
Bad Mergentheim

IMS-Verbindungstechnik
GmbH & Co. KG,
Neuenstein

IVT Installations- und Verbindungs-
technik GmbH & Co. KG,
Rohr

KERONA GmbH,
Ingelfingen-Criesbach

Kisling Deutschland GmbH,
Schwäbisch Hall

REISSER Schraubentechnik GmbH,
Geschäftsbereich Handel,
Ingelfingen-Criesbach

Schössmetall GmbH & Co. KG,
Freilassing

SWG Schraubenwerk
Gaisbach GmbH,
Geschäftsbereich Handel
Waldenburg

Teudeloff GmbH & Co. KG,
Waldenburg

TIL-Werkzeuge GmbH,
Stuttgart

Italien

Euroviti G.m.b.H.,
Padova

Glessdox GmbH,
Terlan

Masidef S.r.l.,
Caronno Pertusella

Nuova Viterie Venete S.r.l.,
Padova

Pianeta Esse S.r.l.,
Bassona

Safepont GmbH,
Tramin

Unifix SWG S.r.l.,
Terlan

VAJA GmbH MASTEN COLOR,
Bozen

Niederlande

Van Roij Fasteners Europe B.V.,
Deurne

Polen

Reisser-Pol. Sp. z.o.o.,
Chelmno

Rumänien

Metalife SRL,
Bucuresti

Reisser Tehnic s.r.l.,
Cluj-Napoca

Tschechische Republik

Conmetall s.r.o.,
Oslavany

Ungarn

REISSER-CSAVAR KFT.,
Tatabánya

Schössmetall Hungaria Kft.,
Budapest

Van Roij Fasteners Hungaria Kft.,
Dunaharaszti-iparterület



Produktion

China

Grass (Shanghai) International Trading Co. Ltd.,
Shanghai

SWG Fasteners (Shanghai) Co. Ltd.,
Shanghai

Deutschland

Adolf Menschel Verbindungstechnik GmbH & Co. KG,
Plettenberg

Arnold Umformtechnik GmbH & Co. KG,
Forchtenberg-Ernzbach

BB-Stanz- und Umformtechnik Produktions- und Handels GmbH,
Berga

Dringenberg GmbH Betriebs-einrichtungen,
Obersulm-Sülzbach

Grass GmbH & Co. KG,
Verl

MEPLA-Werke Lautenschläger GmbH & Co. KG,
Reinheim

Reisser Schraubentechnik GmbH, Ingelfingen-Criesbach, Geschäftsbereich Produktion

SWG Schraubenwerk Gaisbach GmbH,
Waldenburg, Geschäftsbereich Produktion

Werkzeugtechnik Niederstetten GmbH & Co. KG,
Niederstetten

Frankreich

Arnold Technique France S.A.,
Anneyron

Großbritannien

Tooling International Ltd.,
Solihull

Kanada

Mepla-Alfit Canada,
Toronto

Österreich

Alfit AG,
Götzis

Grass GmbH,
Höchst

MEPLA WERKE-Lautenschläger Ges. mbH & Co. KG,
Salzburg

Schmid Schrauben Hainfeld GmbH,
Hainfeld

Schweden

Mepla-Alfit Nordiska AB,
Jönköping

Schweiz

Kisling AG,
Tagelswangen

KMT Kunststoff- & Metallteile AG,
Hinwil

Südafrika

Mepla ZA (Pty) Ltd,
Chempet

Tschechische Republik

Mepla spol. s.r.o.,
Cesky Krumlov

USA

Grass America Inc.,
Kernersville

Mepla-Alfit, Inc.,
Lexington

Elektronik

Brasilien

Wurth Energia Solar do Brasil Ltda.,
Cotia, SP

Bulgarien

Würth Elektronik iBE BG E.O.O.D.,
Belozem

China

Wurth Electronics (HK) Limited,
Hong Kong

Wuerth Electronic Tianjin Co. Ltd.,
Tianjin

Würth Electronics (Wuxi) Co. Ltd.,
Wuxi New District

Deutschland

Würth Elektronik GmbH & Co. KG,
Niedernhall, Circuit Board Technology

Würth Elektronik Pforzheim GmbH & Co. KG, Pforzheim,
Circuit Board Technology

Würth Elektronik Rot am See GmbH & Co. KG,
Rot am See, Circuit Board Technology

Würth Elektronik Schopfheim GmbH & Co. KG,
Schopfheim, Circuit Board Technology

Würth Elektronik eiSos GmbH & Co. KG,
Waldenburg, EMC & Inductive Solutions

Würth Elektronik IBE GmbH,
Thyrnau

Würth Elektronik GmbH & Co. KG,
Öhringen, Intelligent Connecting Systems

Würth Elektronik GmbH & Co. KG,
Würth Solergy,
Schwäbisch Hall

Würth Solar GmbH & Co. KG,
Schwäbisch Hall

Frankreich

Würth Elektronik Radialex S.a.r.l.,
Saint Priest Cedex

Indien

Wuerth Elektronik India Pvt. Ltd.,
Bangalore

Singapur

Würth Electronics Singapore Pte. Ltd.,
Singapore

Taiwan

Würth Electronics Limited,
Taiwan

Würth Elektronik eiSos GmbH & Co. KG Taiwan Branch,
Taipei

Tschechische Republik

Würth Elektronik IBE CZ s.r.o.,
Ceske Budejovice

USA

Würth Electronics Inc.,
Ramsey

Schrauben und Normteile

Australien

James Glen Pty. Ltd.,
Lidcombe

Stainless Steel Fasteners PTY Ltd.,
Dingley

Belgien

FASTINOX N.V.,
Turnhout

Bulgarien

Wasi Bulgarien GmbH,
Sofia

China

WASI Tianjin Fastener Co. Ltd.,
Tianjin

Dänemark

WASI Inox Denmark ApS,
Kolding

Deutschland

Atrion GmbH & Co. KG,
Wolpertshausen

HSR GmbH
Hochdruck Schlauch + Rohr
Verbindungen,
Duisburg

INDUNORM Hydraulik GmbH,
Duisburg

John & Molt GmbH,
Glinde

Sonderschrauben Güldner
GmbH & Co. KG,
Künzelsau

Wagener & Simon
GmbH & Co. KG,
Wuppertal

Finnland

Ferrometal Oy,
Nurmijärvi

Würth Elektronik Oy,
Nurmijärvi

Frankreich

INTER-INOX S.r.l.,
Meyzieu Cedex

Griechenland

Inox Mare Hellas SA,
Krioneri

Großbritannien

WASI Stainless UK Ltd.
Surrey

Italien

HSR Italia S.r.l.,
Bussolengo

Inox Tirrenica S.r.l.,
Fiumicino-Roma

Nuova Inox Mare S.r.l.
Rimini

Spinelli S.r.l.,
Terlano

Kroatien

WASI d.o.o.,
Zagreb

Norwegen

Würth Inox AS,
Skytta

Österreich

WASI-Rostfrei
Schraubenhandelsges. m.b.H.,
Wien

Rumänien

Wasi Romania S.R.L.,
Bucuresti

Schweden

WASI Sverige AB,
Örebro

Schweiz

Modal Inox AG,
Arlesheim

Serbien

WASI d.o.o.,
Krnjaca-Beograd

Spanien

WASI Hispania S.A.,
Barcelona

Türkei

Inox Ege Metal
Ürünleri Dis Tic. Ltd. Sti.,
Izmir

USA

Brikksen Inc.,
Dallas

Finanzdienstleistungs- gesellschaften

Deutschland

Internationales Bankhaus
Bodensee AG,
Friedrichshafen

Waldenburger Versicherung AG,
Künzelsau

Würth Immobilien-Leasing
GmbH & Co. KG,
Göppingen

Würth-Kirsch GmbH & Co. KG,
Künzelsau-Gaisbach

Würth Leasing GmbH & Co. KG,
Göppingen

Italien

Würth Leasing Italia S.r.l.,
Neumarkt

Liechtenstein

Würth Financial Services AG,
Triesen

Luxemburg

Würth Reinsurance Company S.A.,
Luxembourg

Niederlande

Würth Finance International B.V.,
's-Hertogenbosch

Niederlassung: Würth Finance
International B. V.,
Zürich Branch, Küsnacht

Schweiz

Oberhänsli & Partner AG,
Thalwil

Würth Financial Services AG,
Küsnacht

Würth Invest AG,
Chur

Würth Leasing AG,
Küsnacht



IT-Service- und Holding-gesellschaften

China

Comgroup Information Technology Co. Ltd.,
Shanghai

Würth Phoenix Information Technology (Shanghai) Co. Ltd.,
Shanghai

Würth International Trading (Shanghai) Co. Ltd.,
Shanghai

Deutschland

Comgroup Gesellschaft für Systemintegration mbH,
Bad Mergentheim

Portolan Commerce Solutions GmbH,
Ilsfeld

WoW! Würth Online World GmbH,
Künzelsau

Würth Phoenix GmbH,
Bad Mergentheim

Italien

Würth Phoenix S.r.l.,
Bolzano

Niederlande

Würth Phoenix B. V.,
's-Hertogenbosch

Schweden

Autocom Diagnostic Partner AB,
Trollhättan

Schweiz

Comgroup AG,
Biel

Würth International AG,
Chur

Würth Phoenix AG,
Chur

Slowakei

Würth International Trading s.r.o.,
Bratislava

Ungarn

Würth Phoenix KFT,
Budaörs

USA

Würth Central Purchasing America Inc.,
Ramsey

Würth Group of North America Inc.,
Ramsey

Diversifikation

Deutschland

AHD Auto-Hifi & -Design GmbH,
Ingelfingen

Hotel-Restaurant „Altes Amtshaus“,
Mulfingen-Ailringen

Hotel-Restaurant „Anne-Sophie“,
Künzelsau

Marbet Marion & Bettina Würth GmbH & Co. KG,
Künzelsau

Marbet Reiseservice GmbH & Co. KG,
Künzelsau

Panorama Hotel- und Service GmbH,
Waldenburg

Panoramahotel Waldenburg,
Waldenburg

Restaurant „Sudhaus an der Kunsthalle Würth“,
Schwäbisch Hall

Swiridoff Verlag GmbH & Co. KG,
Künzelsau

Wald- und Schlosshotel Friedrichsruhe,
Friedrichsruhe/Zweiflingen

WLC Würth-Logistik GmbH & Co. KG,
Adelsheim

Würth Promotional Concepts Deutschland GmbH,
Künzelsau

Würth TeleServices GmbH & Co. KG,
Künzelsau

Italien

marbet Marion & Bettina Würth s.r.l.,
Neumarkt

Sales Academy S.r.l.,
Tramin

Schweiz

Würth Logistics AG,
Chur

Würth Promotional Concepts AG,
Chur

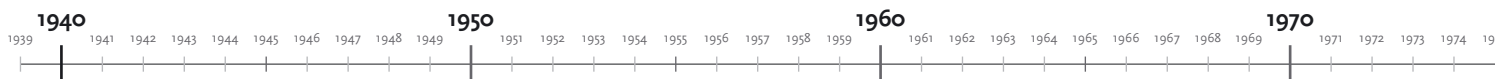
Spanien

marbet Eventos S.A.,
Barcelona

marbet Servicios Creativos S.A.,
Barcelona

marbet Viajes Espana S. A.,
Barcelona

Meilensteine der Firmengeschichte



► **1945** Adolf Würth, der bereits seit 20 Jahren in der Branche tätig ist, gründet im hohlohischen Künzelsau eine Großhandelsfirma für Schrauben und Muttern.

► **1954** Im Alter von 45 Jahren stirbt Firmengründer Adolf Würth. Der 19-jährige Sohn Reinhold übernimmt die Geschäftsleitung. Der Jahresumsatz beträgt zu jener Zeit rund 80.000 Euro.

► **1962** Reinhold Würth wagt den Sprung ins Ausland und gründet Würth Nederland B.V.

► **1965** Die Adolf Würth OHG wird in eine Kommanditgesellschaft umgewandelt. Komplementär ist die Würth-Verwaltungs-GmbH. Das Kommanditkapital befindet sich zu 100 Prozent in Familienbesitz.

► **1969** Das Firmengebäude am Bahnhof in Künzelsau hat seine Kapazitätsgrenzen erreicht. Die Verwaltung zieht in ein neues Gebäude im Stadtteil Gaisbach.

Mit der „Würth Screw and Fastener Corporation“ in den USA gründet Würth die erste Gesellschaft auf dem amerikanischen Kontinent.

► **1970** Würth feiert sein 25-jähriges Firmenjubiläum. Der Umsatz steigt um 50 Prozent auf 32,9 Millionen Euro. Gründung der Würth Gesellschaft in Südafrika.

► **1978** Ein neues Vertriebszentrum geht in Künzelsau-Gaisbach in Betrieb.

► **1981** Gründung der Würth Gesellschaft in Australien.

► **1985** Die Adolf Würth GmbH & Co. KG begeht ihr 40-jähriges Jubiläum. Reinhold Würth feiert seinen 50. Geburtstag.

► **1987** Mit dem Kauf einer Gesellschaft in Japan und der Gründung einer eigenen Gesellschaft in Malaysia startet Würth auch in Asien und ist nun auf allen fünf Kontinenten vertreten.

► **1989** Die Adolf Würth GmbH & Co. KG wird mit dem Deutschen Marketingpreis ausgezeichnet.

► **1990** Das Unternehmen eröffnet in Dresden die erste Niederlassung in den neuen Bundesländern.

► **1992** Am 15. Mai 1992 wird das neue Verwaltungsgebäude in Künzelsau-Gaisbach eingeweiht. In den modernen Verwaltungsbau ist auch ein öffentlich zugängliches Kunstmuseum integriert.

► **1994** Zum 1. Januar 1994 scheidet Reinhold Würth aus der operativen Geschäftsleitung aus und übernimmt den Beiratsvorsitz der Würth-Gruppe. Dr. Walter Jaeger wird zum Sprecher der Führungskonferenz der Würth-Gruppe berufen. Stellvertretender Sprecher der Führungskonferenz wird Rolf Bauer.

► **1995** Am 20. April 1995 feiert die Adolf Würth GmbH & Co. KG ihr 50-jähriges Firmenjubiläum. Im Jubiläumsjahr erzielt die Würth-Gruppe einen Rekordumsatz von 2,2 Milliarden Euro.



► **1998** Zwei Traditionsunternehmen der Würth-Gruppe, die HAHN+KOLB Werkzeuge GmbH in Stuttgart und die Arnold Umformtechnik GmbH & Co. KG im hohenlohischen Ernsbach, feiern ihr 100-jähriges Firmenjubiläum.

► **1999** Reinhold Würth wird aufgrund seiner herausragenden unternehmerischen Leistungen zum Professor für den Stiftungslehrstuhl Entrepreneurship an der Universität Karlsruhe (TH) berufen und lehrt dort bis zum Ende des Sommersemesters 2003.

► **2000** Mit neuen Rekordmarken beendet die Würth-Gruppe ein in der Firmengeschichte herausragendes Geschäftsjahr. Das Unternehmen überspringt die Fünf-Milliarden-Euro-Umsatzgrenze und erfüllt damit die von Prof. Dr. h. c. Reinhold Würth formulierte „Vision 2000“ aus dem Jahr 1987, zu einem Zeitpunkt, als der Konzernumsatz noch bei 700 Millionen Euro lag.

► **2001** Zum 1. Januar 2001 erhält die Würth-Gruppe eine neue Führungsstruktur. Die Aufgaben der Konzernführung werden von Dr. Walter Jaeger (Sprecher), Rolf Bauer (stv. Sprecher) und Bettina Würth wahrgenommen.

► **2003** In einer Phase der Konsolidierung und eines sehr schwierigen Marktumfeldes investiert das Unternehmen kräftig in den Ausbau des weltweiten Vertriebs. Ein neuer Rekordumsatz von 5,45 Milliarden Euro bestätigt diese Geschäftspolitik.

Am 1. Januar 2003 wird Dr. Harald Unkelbach in die Konzernführung der Würth-Gruppe berufen.

► **2005** Am 1. Juni 2005 übernimmt Robert Friedmann die Sprecherfunktion in der Konzernführung von Dr. Walter Jaeger, der in den Ruhestand geht. Dr. Roland Hartmann wird am 1. Juni 2005 in die Konzernführung berufen.

► **2006** Am 4. Mai 2006 verstirbt Alma Würth, Mitbegründerin der Adolf Würth GmbH & Co. KG. Sie war neben ihrem Ehemann Adolf Würth die treibende Kraft bei der Gründung der Schraubengroßhandlung in Künzelsau im Jahr 1945. Als Beiratsmitglied hat sie das Wachstum der Würth-Gruppe bis 1993 begleitet und noch bis in die letzten Tage hat sie als Ehrenmitglied des Beirats regen Anteil am Betriebsgeschehen genommen.

Zum 1. März 2006 übernimmt Bettina Würth den Beiratsvorsitz der Würth-Gruppe von ihrem Vater. Prof. Dr. h. c. Reinhold Würth fungiert nun als Ehrenvorsitzender des Beirats und bleibt Vorsitzender des Stiftungsaufsichtsrats. Ihre Funktion als Mitglied der Konzernführung der Würth-Gruppe übergibt Bettina Würth zeitgleich an Dr. Reiner Specht.

Konzernabschluss (Auszug)

- 73** Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung
- 74** Konzern-Bilanz
- 76** Konzern-Kapitalflussrechnung
- 78** Konzern-Wertschöpfungsrechnung
- 79** Bestätigungsvermerk des Konzernabschlussprüfers

Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung

in Mio. EUR	2006	Anteil in %	2005*	Anteil in %	Veränd. in %
Umsatzerlöse	7.748,1	100,0	6.913,9	100,0	12,1
Bestandsveränderung der Erzeugnisse	11,5	0,1	1,4	0,0	> 100
Andere aktivierte Eigenleistungen	11,4	0,1	7,9	0,1	44,3
Materialaufwand	3.608,9	46,5	3.172,8	45,8	13,7
Aufwendungen für Finanzdienstleistungen	18,1	0,2	4,1	0,1	> 100
	4.144,0	53,5	3.746,3	54,2	10,6
Sonstige betriebliche Erträge	104,3	1,3	96,2	1,4	8,4
Personalaufwand	2.136,3	27,6	1.962,2	28,4	8,9
Abschreibungen	200,1	2,6	190,3	2,7	5,1
Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.369,9	17,7	1.210,5	17,5	13,2
Ergebnis aus at-equity bilanzierten Beteiligungen	0,0	0,0	0,3	0,0	- 100,0
Finanzerträge	20,6	0,3	16,8	0,2	22,6
Finanzaufwendungen	58,8	0,7	49,2	0,7	19,5
Ergebnis vor Steuern	503,8	6,5	447,4	6,5	12,6
Ertragsteuern	196,8	2,5	112,5	1,6	74,9
Jahresüberschuss	307,0	4,0	334,9	4,9	- 8,3
Davon entfallen auf:					
Anteilseigner der Konzernobergesellschaften	299,0	3,9	328,4	4,8	- 9,0
Anteile anderer Gesellschafter	8,0	0,1	6,5	0,1	23,1
	307,0	4,0	334,9	4,9	- 8,3

* Die dargestellten Zahlen weichen aufgrund vorgenommener Umgliederungen von den Zahlen im Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2005 ab.

Konzern-Bilanz

Aktiva in Mio. EUR	2006	Anteil in %	2005*	Anteil in %	Veränd. in %
Langfristige Vermögenswerte					
Immaterielle Vermögenswerte einschließlich					
Geschäfts- oder Firmenwerte	189,8	3,7	164,6	4,0	15,3
Sachanlagen	1.579,7	31,1	1.383,9	33,4	14,1
At-equity bilanzierte Beteiligungen	0,0	0,0	15,5	0,4	- 100,0
Übrige Finanzanlagen	58,7	1,1	26,3	0,6	> 100
Forderungen aus Finanzdienstleistungen	346,3	6,8	16,1	0,4	> 100
Sonstige Vermögenswerte	17,8	0,4	21,1	0,5	- 15,6
Latente Steuern	105,7	2,1	119,5	2,9	- 11,5
	2.298,0	45,2	1.747,0	42,2	31,5
Kurzfristige Vermögenswerte					
Vorräte	972,8	19,1	825,0	19,9	17,9
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.099,8	21,6	970,4	23,5	13,3
Forderungen aus Finanzdienstleistungen	269,1	5,3	20,4	0,5	> 100
Ertragsteuerforderungen	18,1	0,4	12,9	0,3	40,3
Sonstige Vermögenswerte	188,0	3,7	179,9	4,3	4,5
Wertpapiere	76,3	1,5	65,6	1,6	16,3
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	160,4	3,2	316,8	7,7	- 49,4
	2.784,5	54,8	2.391,0	57,8	16,5
	5.082,5	100,0	4.138,0	100,0	22,8

* Die dargestellten Zahlen weichen aufgrund vorgenommener Umgliederungen von den Zahlen im Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2005 ab.

Passiva					
in Mio. EUR	2006	Anteil in %	2005*	Anteil in %	Veränd. in %
Eigenkapital					
Auf die Konzernobergesellschaften entfallendes Eigenkapital					
Gezeichnetes Kapital	280,3	5,5	270,2	6,5	3,7
Rücklagen	915,3	18,0	817,8	19,8	11,9
Bilanzgewinn	1.052,1	20,7	939,5	22,7	12,0
	2.247,7	44,2	2.027,5	49,0	10,9
Anteile anderer Gesellschafter	29,9	0,6	21,2	0,5	41,0
	2.277,6	44,8	2.048,7	49,5	11,2
Langfristige Schulden					
Verbindlichkeiten aus Finanzdienstleistungen	218,9	4,3	19,8	0,5	> 100
Finanzschulden	772,1	15,2	626,9	15,1	23,2
Verpflichtungen aus Leistungen nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses	125,7	2,5	120,0	2,9	4,8
Rückstellungen	47,9	0,9	40,9	1,0	17,1
Sonstige Verbindlichkeiten	16,1	0,3	15,7	0,4	2,5
Latente Steuern	74,2	1,5	55,7	1,3	33,2
	1.254,9	24,7	879,0	21,2	42,8
Kurzfristige Schulden					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	408,5	8,0	344,6	8,3	18,5
Verbindlichkeiten aus Finanzdienstleistungen	150,7	3,0	1,0	0,0	> 100
Finanzschulden	205,5	4,0	261,6	6,3	-21,4
Ertragsteuerverbindlichkeiten	116,2	2,3	81,7	2,0	42,2
Rückstellungen	107,1	2,1	98,1	2,4	9,2
Sonstige Verbindlichkeiten	562,0	11,1	423,3	10,3	32,8
	1.550,0	30,5	1.210,3	29,3	28,1
	5.082,5	100,0	4.138,0	100,0	22,8

* Die dargestellten Zahlen weichen aufgrund vorgenommener Umgliederungen von den Zahlen im Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2005 ab.

Konzern-Kapitalflussrechnung

Zahlungsströme aus betrieblicher Tätigkeit

in Mio. EUR

	2006	2005*
Ergebnis vor Ertragsteuern und Zinsergebnis	542,9	479,3
Veränderung der Pensionsrückstellungen	– 0,7	15,1
Abschreibungen	201,4	191,9
Verluste aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	2,9	3,2
Gewinne aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	– 4,6	– 7,5
Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen und Erträge	35,4	30,7
Ertragsteuerzahlungen	– 145,6	– 107,7
Zinseinnahmen	15,8	15,8
Zinszahlungen	– 42,7	– 50,1
Brutto Cashflow	604,8	570,7
Veränderung der Vorräte	– 145,6	– 18,4
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	– 153,2	– 118,1
Veränderung der Forderungen aus Finanzdienstleistungen	– 130,2	– 5,8
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	54,9	20,5
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Finanzdienstleistungen	129,7	– 1,0
Veränderung Finanzschulden aus Finanzdienstleistungstätigkeit	– 27,6	0,0
Veränderung des übrigen Nettoumlaufvermögens	78,5	7,2
Cashflow aus operativer Tätigkeit	411,3	455,1
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	– 24,5	– 17,2
Investitionen in Sachanlagen	– 368,6	– 264,4
Investitionen in Finanzanlagen	– 32,3	– 28,5
Investitionen in neuerworbene Tochterunternehmen		
abzüglich liquide Mittel	– 52,8	– 63,9
Erwerb von weiteren Anteilen an Tochterunternehmen	– 2,0	– 0,5
Investitionen in Wertpapiere des Umlaufvermögens	– 9,4	– 3,4
Erlöse aus Anlageabgängen	22,9	24,8
Cashflow aus investiver Tätigkeit	– 466,7	– 353,1

Zahlungsströme aus betrieblicher Tätigkeit

in Mio. EUR	2006	2005
Ausschüttungen	- 128,2	- 132,0
Kapitaleinlage	97,1	101,9
Zunahme Finanzschulden	166,0	120,7
Abnahme Finanzschulden	- 229,3	- 132,4
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	- 94,4	- 41,8
Konsolidierungsbedingte Effekte (im Wesentlichen Währungsumrechnungsdifferenzen)	- 6,6	6,6
Veränderung der liquiden Mittel	- 156,4	66,8

Veränderung der liquiden Mittel

in Mio. EUR	2006	2005	Veränderung in Mio. EUR
Kurzfristige Finanzinvestitionen	0,6	3,7	- 3,1
Sonstige Zahlungsmitteläquivalente	3,8	2,1	1,7
Barmittel	11,2	7,0	4,2
Guthaben bei Kreditinstituten	144,8	304,0	- 159,2
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	160,4	316,8	- 156,4

* Die dargestellten Zahlen weichen aufgrund vorgenommener Umgliederungen von den Zahlen im Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2005 ab.

Konzern-Wertschöpfungsrechnung*

Entstehung der Wertschöpfung			
in Mio. EUR	2006	2005	Veränderung in %
Umsatzerlöse	7.748,1	6.913,9	12,1
Bestandsveränderungen und Eigenleistungen			
für Investitionen	22,9	9,3	> 100
Sonstige betriebliche Erträge	104,3	96,2	8,4
Finanzerträge und Ergebnis aus at-equity			
bilanzierten Beteiligungen	20,6	17,1	20,5
	7.895,9	7.036,5	12,2
Abzüglich Vorleistungen:			
Materialaufwand und Aufwendungen			
für Finanzdienstleistungen	3.627,0	3.176,9	14,2
Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.369,9	1.210,5	13,2
Abschreibungen	200,1	190,3	5,1
	5.197,0	4.577,7	13,5
Wertschöpfung	2.698,9	2.458,8	9,8

Verwendung			
in Mio. EUR	2006	2005	Veränderung in %
Mitarbeiter (Personalaufwand)	2.136,3	1.962,2	8,9
Öffentliche Hand (Steueraufwand)	196,8	112,5	74,9
Unternehmen	248,6	304,7	- 18,4
Anteilseigner**	58,4	30,2	93,4
Darlehensgeber	58,8	49,2	19,5
Wertschöpfung	2.698,9	2.458,8	9,8

* Nicht Bestandteil des Konzernabschlusses

** Ausschüttungen abzüglich Kapitaleinlage

Bestätigungsvermerk des Konzernabschlussprüfers

Dem vollständigen Konzernabschluss einschließlich der Aufstellung des Anteilsbesitzes und dem Konzernlagebericht wurde vom Konzernabschlussprüfer der folgende Bestätigungsvermerk erteilt:

„Wir haben den von der Würth-Gruppe, Künzelsau, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung, Konzern-Bilanz, Konzern-Kapitalflussrechnung, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung und Konzernanhang – sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2006 bis 31. Dezember 2006 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 Konzernleitung der Würth-Gruppe. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben. Ergänzend wurden wir beauftragt zu beurteilen, ob der Konzernabschluss auch den IFRS insgesamt entspricht.

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, sowie den IFRS insgesamt 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.“

Stuttgart, 3. April 2007

Ernst & Young AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft

gez. Elkart gez. Kaltmaier
Wirtschaftsprüfer Wirtschaftsprüfer

Herausgeber

Würth-Gruppe, Künzelsau
74650 Künzelsau
www.wuerth.com

Kontakt

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Telefon +49 (0)7940 15-1186
Telefax +49 (0)7940 15-4400
presse@wuerth.com

Verantwortlich für den Inhalt

Robert Friedmann

Redaktion, Koordination

Dr. Roland Hartmann, Monika Link, Sarah Meckel, Erik Müller, Ralf Schaich, Sigrid Schneider, Mara Wawer, Claudia Zürn

Design-Konzept

Hilger & Boie GmbH
Büro für Gestaltung, Wiesbaden

Produktion

Scanner GmbH Künzelsau

Lektorat

Büro Gloger, Konstanz

Druck

Tagebuch und Hauptteil: Bechtle Druck & Service GmbH & Co. KG, Esslingen
Umschlag: Coburger Kartonagenfabrik GmbH & Co. KG, Coburg

© Würth-Gruppe, Künzelsau

© VG Bild-Kunst, Bonn 2007 für das Werk von René Magritte

© by Ingeborg & Dr. Wolfgang Henze-Ketterer, Wichtrach/Bern für das Werk von Ernst Ludwig Kirchner

Printed in Germany. Alle Rechte vorbehalten.

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung.

Fotonachweis

Tagebuch:

absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing (S. 13)

Motiv José de Guimarães (S. 5)

Klaus Haase (S. 21)

Frank Schell (S. 23)

Andi Schmid (S. 23, 27)

Archiv Würth (S. 7, 9, 11, 15, 16, 17, 24)

Hauptteil:

Andreas Amann (S. 47)

Eva Maria Kraiss (S. 36, 38)

Andi Schmid (S. 4, 11, 14, 40, 42, 44, 46)

Archiv Würth (S. 35, 40, 43, 44, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 70, 71)

Die Redaktion dankt allen Kolleginnen und Kollegen, die zur Erstellung des Geschäftsberichts beigetragen haben.

Dieser Konzerngeschäftsbericht erscheint auch in englischer Sprache.

Die deutsche und englische Sprachversion sowie weitere Informationen zur Würth-Gruppe sind im Internet abrufbar unter:
www.wuerth.com

1GFP-MWK-BG-SC-CoKa-BE-10'-04/07