

Botschaft des Präsidenten

Kudelski Gruppe
Geschäftsbericht 2004

Das Jahr 2004 war ein Rekordjahr für die Kudelski Gruppe, sowohl hinsichtlich Wachstum als auch in absoluten Zahlen. Mit einem Umsatzwachstum von 50% auf über 619 Millionen Schweizer Franken, einem EBIT, das zum ersten Mal die 100 Millionen Franken Grenze übersteigt, und einem Reingewinn von 77,2 Millionen Franken dürfen die Leistungen der Gruppe als besonders zufriedenstellend bezeichnet werden.

Abgesehen von diesen Rekordzahlen wird 2004 sicherlich auch aus anderen Gründen ein ganz besonderes Jahr in der Geschichte der Kudelski Gruppe bleiben, insbesondere da das Management und alle Teams ihre Fähigkeit demonstrieren, eine bedeutende Anzahl von Herausforderungen parallel anzugehen – mit Priorität, den Weg für die zukünftige Expansion der Gruppe vorzubereiten.

Mit Ausnahme von Nagra Public Access erzielten sämtliche Geschäftsbereiche der Kudelski Gruppe im Geschäftsjahr 2004 hervorragende Ergebnisse. Insbesondere Lysis erwies sich bei der Generierung von VOD-Programmen in Europa als unumgänglicher Akteur; Nagra Audio verkaufte mehr Aufnahmegeräte als im Rekordjahr 1990, zu einer Zeit, als diese Sparte das «Core Business» von Kudelski war.

Digital-TV

Im Jahr 2004 hat die Gruppe zwei wichtige strategische Erfolge erzielt, nämlich im Geschäft der Zugangskontrolle für das Digitalfernsehen die Nummer 1 zu werden und die Präsenz auf neue zukunftsträchtige Bereiche im Schnittpunkt von Digital-TV und Internet bzw. Mobiltelefonie zu erweitern.

Die Entwicklung der Digital-TV-Sparte war für das Jahr 2004 besonders erfreulich, da sämtliche strategische Ziele erreicht und neue Entwicklungsmöglichkeiten wahrgenommen werden konnten.

Das organische Wachstum von über 50% verdeutlichte die Fähigkeit der Digital-TV-Sparte, sich aufgrund ihrer eigenen Möglichkeiten und Ressourcen in einem stark konkurrierenden, sich ständig wandelnden Markt zu behaupten.

Die Akquisition von MediaGuard, dem Geschäftsbereich Zugangskontrolle von Canal+ Technologies sowie das organische Wachstum haben der Kudelski Gruppe eine Verdreifachung der Erträge auf dem europäischen Kontinent eingebracht. Auf dem amerikanischen Markt konnte eine Verdopplung der Erträge durch rein organisches Wachstum erzielt werden.

Parallel zu den Anstrengungen, den Bedarf des Marktes zu decken, arbeitet ein Spezialteam an der Integration von Nagra France (MediaGuard) in die Digital-TV-Sparte der Gruppe. Eine erste Phase dieser Integration wurde mit Erfolg abgeschlossen, und die Teams von Nagra France und Nagra Vision arbeiten aktiv an der Entwicklung neuer Technologien. Nagra France wurde zu einem Kompetenzzentrum für verschiedene, Erfolg versprechende Projekte, wie die Sicherung von Internet-TV-Programmen auf Breitbandnetzen.

Der Gruppe Kudelski ist es nicht nur gelungen, sich durch die Entwicklung neuer Technologien ein internationales Renommee zu schaffen, sie war auch stets darum bemüht, im richtigen Moment ein zukunftsträchtiges Business Modell mit einer Spitzentechnologie bereit zu halten. Das Jahr 2004 bildet keine Ausnahme dieser Tradition: die Gruppe hat das Konzept der Chipkarten mit zeitlich begrenzter Nutzungsdauer für das terrestrische DTV entwickelt; erster Kunde ist die italienische Gruppe Mediaset. Dieses neue Konzept eröffnet die Entwicklungsperspektive eines terrestrischen DTV mit Pay-Programmen, bei welchen der Fernsehzuschauer eine wirkliche Entscheidung treffen kann. Die Nachfrage des Endverbrauchers nach diesem neuen Angebot zeigt den Erfolg: fast 1,6 Millionen Chipkarten wurden bis und mit erstes Quartal 2005 in Italien verkauft.

Zu den erfolgversprechenden Innovationen aus den Labors der Digital-TV-Sparte gehören ebenfalls:

- Sicherungslösungen für Breitband-TV-Netze (DSL), für die sich der französische Betreiber Neuf Telecom bereits 2004 entschieden hat.

- Lösungen für private Digitalaufnahmegeräte (DVR), mit denen nicht nur Sendungen aufgenommen werden können, sondern die auch eine Sofortauswahl von «Pay-per-view» Filmen im «Push-VOD» Modus anbieten. Die Benutzung ist äusserst flexibel und bedienerfreundlich. Premiere und EchoStar haben sich bereits für diese Lösungen entschieden und werden sie ihren Kunden im Lauf des Jahres 2005 anbieten.
- Ein Konzept für die gesicherte Übertragung von Videoinhalten auf Mobiltelefone, so dass die Abonnenten unserer Betreiberkunden wo und wann sie wollen Zugang zu den Sendungen haben.

Die Geschäftstätigkeit mit wiederkehrenden Erlösen, die 2004 über 11,5 Millionen Chipkarten auf Mietbasis umfasste, die 2004 neu ausgehandelten Verträge sowie die Entwicklungen, die neue Märkte erschliessen sollen, schaffen eine solide Grundlage für das zukünftige Wachstum der Digital-TV-Sparte.

Public Access

Trotz einer bedeutenden Anzahl neuer Verträge war 2004 für die Sparte Public Access ein schwieriges Jahr. In einem besonders schwierigen Umfeld wurden mehrere einschneidende Initiativen zur mittel- und langfristigen Kostenreduzierung durchgeführt, die sich ab dem zweiten Halbjahr 2005 bemerkbar machen müssten. Anstatt sich jedoch ausschliesslich auf diese Massnahmen zu konzentrieren, hat die Gruppe beschlossen, ihre Entwicklungsstrategie für neue Produkte und die geografische Markterweiterung auf Kosten der kurzfristigen Profitabilität dennoch voranzutreiben. Ein wenig Geduld wird erforderlich sein, bevor sich diese Anstrengungen positiv auswirken werden, da die Geschäftszyklen in diesem Geschäftsbereich länger sind als beim Digital-TV.

Der Public Access Markt steht vor neuen Herausforderungen, was neue interessante Geschäftsmöglichkeiten eröffnet und einige Risiken birgt. Diese Situation fordert eine Neupositionierung des Angebots, wobei aber verschiedene neue Entwicklungen in Aussicht sind. Wie in der Vergangenheit ist die Kudelski Gruppe entschlossen, aus dieser Situation gestärkt hervorzugehen.

Zukunftsinvestitionen

Seit ihrer Gründung 1951 hatte die Kudelski Gruppe bisher nie eine Dividende ausgeschüttet und zog es vor, die gesamten Erträge wieder in das Geschäft zu investieren. Mehr denn je hat die Kudelski Gruppe heute bedeutende Entwicklungsprojekte, um ihr zukünftiges Wachstum zu sichern, für die es erforderlich ist, den Grossteil der erzielten Gewinne zu investieren.

In der Digital-TV Sparte werden beispielsweise 29,5% des Umsatzes in Forschung und Entwicklung rückinvestiert. Zahlen wie diese illustrieren die zukunftsorientierten Anstrengungen der Gruppe.

Um die Erwartungen vieler Aktionäre nicht zu enttäuschen, beschloss der Verwaltungsrat, die Ausschüttung einer Dividende von 20 Rappen pro Inhaberaktie und 2 Rappen pro Namensaktie vorzuschlagen, dies entspricht 2% des Nominalwertes.

Diese Dividenden scheinen in der Tat gering, vorrangig ist hier jedoch, die langfristige Lebens- und Wachstumsfähigkeit der Gruppe nicht aus den Augen zu verlieren. Die Entwicklungsmöglichkeiten der Zukunft waren noch nie so zahlreich wie heute, gleichzeitig war die Anforderung, an der Spitze der Technologie mitzuwirken, noch nie so gross wie heute, denn wer in unserer derzeitigen Welt des ständigen Fortschritts und der raschen Entwicklung langsamer ist als der Markt, der fällt zurück und verliert möglicherweise seine führende Position. Es geht nicht nur darum, die rechte Idee im rechten Moment zu entwickeln, sondern auch, einen Vorsprung vor der Konkurrenz und ausreichende Ressourcen zu haben, um die Technologie auch zur Marktreife führen zu können.

Vielmehr als 2004 eine substantiellere Dividende auszuschütten, wird uns diese Sichtweise sicherlich ermöglichen, unseren Aktionären schliesslich einen besseren Investitionsrücklauf zu gewähren.

André Kudelski