



Digitalisierung als Treiber für profitables Wachstum

Rede von Dott. Rudolf Rizzoli
Vorstandsvorsitzender (CEO)

Ordentliche Hauptversammlung
München, 29. Juni 2017

Es gilt das gesprochene Wort!

1. Einleitung

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr geehrte Damen und Herren,

auch ich darf Sie herzlich im Namen des Vorstands zur heutigen ordentlichen Hauptversammlung der Sixt Leasing SE willkommen heißen. Vielen Dank, dass Sie unserer Einladung so zahlreich gefolgt sind.

2. Sixt Leasing im Überblick

Vor ein paar Wochen ist die Werbekampagne für unsere „Flatrate für die Straße“ erfolgreich zu Ende gegangen. Für einen konkurrenzlos günstigen Preis ab 99,99 Euro im Monat erhalten unsere Kunden einen vollständig ausgestatteten Neuwagen mit flexibler Nutzung von 12 bis 30 Monaten. Die Kosten für Zulassung, Überführung, Steuern und Versicherung sind bereits inbegriffen. Der Bestellvorgang für dieses Angebot war erstmals völlig digital. Video Ident und e-sign ersetzen den Gang zum Autohändler und zur Post.

Warum stellen wir Ihnen dieses Produkt vor? Die „Flatrate für die Straße“ ist unsere Antwort auf die sich verändernden Bedürfnisse unserer Kunden. Unsere Kunden wollen keine Autos kaufen, sondern wünschen sich Mobilität – am besten online, flexibel und zu einer planbaren, günstigen All-in-Flatrate. Zugleich erwarten Sie eine unkomplizierte Abwicklung per Mausclick, Smartphone oder Tablet.

Der Vertrieb für Neuwagen ist der letzte große Markt, der noch nicht digitalisiert ist. Dies werden wir mit unserem Online-Angebot als „First Mover“ und klarer Marktführer nachhaltig ändern.

Dass diese Strategie aufgeht, hat das Geschäftsjahr 2016 gezeigt. Das Geschäftsfeld Online Retail war der mit Abstand größte Wachstumstreiber von Sixt Leasing. Der Vertragsbestand stieg im Vergleich zum Vorjahr um rund 30%, gefolgt vom Bereich Flottenmanagement mit einem Plus von knapp 15%. Insgesamt legte der Vertragsbestand im In- und Ausland um rund 10% auf 113.600 Verträge zu.

Nicht nur in Bezug auf Anzahl der Verträge, sondern auch in Umsatz und Ertrag konnten wir zum dritten Mal in Folge das beste Ergebnis der Konzerngeschichte erzielen.

Der Konzernumsatz erhöhte sich um über 7% auf rund 714 Mio. Euro. Der operative Konzernumsatz blieb wie erwartet stabil bei rund 430 Mio. Euro.

Das Konzernergebnis vor Steuern legte trotz signifikanter Wachstumsinvestitionen, insbesondere in das Geschäftsfeld Online Retail, um über 4% auf 31,6 Mio. Euro zu. Die operative Umsatzrendite verbesserte sich um 0,3 Prozentpunkte auf 7,3% und lag damit weiterhin deutlich über der Zielgröße von 6%.

Unterm Strich konnten wir den Gewinn erheblich steigern: Der Konzernüberschuss legte um 9,3% auf 24,6 Mio. Euro zu.

Neben der positiven Ergebnisentwicklung konnten wir auch mehrere Meilensteine beim Aufbau einer unabhängigen und diversifizierten Konzernfinanzierung erreichen.

Im Mai 2016 platzierte die Sixt Leasing SE erfolgreich ihr erstes Schulscheindarlehen über 30 Mio. Euro bei institutionellen Investoren.

Im Juni 2016 konnten wir wie geplant ein Asset Backed Securities-Programm zusammen mit der Commerzbank starten und einen Monat später durch die Integration der Landesbank Baden-Württemberg auf das Zielvolumen von 500 Mio. Euro erweitern. Damit wurde ein wichtiger Meilenstein zum Aufbau einer fristenkongruenten Finanzierungsstruktur erreicht.

Zu Beginn dieses Jahres wurde durch die Begebung der Debüt-Anleihe der Sixt Leasing SE ein unbesicherter Kapitalmarktbaustein hinzugefügt, der unseren Finanzierungsmix abrundet. Ein aus Sicht der Sixt Leasing sehr attraktiver Kupon von 1,125 Prozent pro Jahr gepaart mit einer mehrfachen Überzeichnung der Anleihe untermauert die Solidität und Nachhaltigkeit unseres Unternehmens und Geschäftsmodells auch aus Perspektive des Kapitalmarkts.

Wesentlich dafür ist selbstverständlich auch die sehr gute Eigenkapitalausstattung von rund 195 Mio. Euro per 31. Dezember 2016. Diese wurde über den Börsengang und die Gewinne in den beiden vergangenen Geschäftsjahren ebenso deutlich ausgebaut. Die Eigenkapitalquote zum Ende des Jahres 2016 betrug 16,6 Prozent und lag damit deutlich über unserer Mindestzielgröße von 14 Prozent.

Dies versetzt uns in die Lage, sowohl unsere ambitionierten Wachstumsziele zu finanzieren als auch unsere aktionärsfreundliche Dividendenpolitik fortzusetzen, die Sie, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, an den Erfolgen der Sixt Leasing bestmöglich partizipieren lässt.

Trotz der hohen strategischen Wachstumsinvestitionen schlagen Vorstand und Aufsichtsrat in Punkt 2 der heutigen Tagesordnung eine Dividende von 48 Eurocent je Aktie vor, was eine Erhöhung von 20% im Vergleich zum Vorjahr bedeutet.

Mit einer daraus resultierenden Ausschüttungsquote von 40 Prozent, bezogen auf den Konzernüberschuss nach Steuern, würden wir die kommunizierte Spanne von

30 bis 40 Prozent voll in Anspruch nehmen und unsere aktionärsfreundliche Dividendenpolitik fortsetzen. Auf Basis dieses Dividendenvorschlags kämen insgesamt 9,9 Mio. Euro zur Ausschüttung. Die Dividendenrendite würde – gerechnet auf den Jahresschlusskurs 2016 der Sixt Leasing-Aktie – 2,7% betragen.

Um Sie, unsere Aktionäre, auch künftig über die Dividende an dem anhaltend dynamischen und profitablen Wachstum teilhaben zu lassen, hat der Vorstand beschlossen, die Zielausschüttungsspanne ab dem Geschäftsjahr 2017 von 30 bis 40 Prozent auf 30 bis 60 Prozent des Konzernjahresüberschusses auszuweiten.

3. Strategie und Ziele der drei Geschäftsfelder

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

spannender als die Rückschau auf das Erreichte ist der Blick nach vorne. Was sind die Ziele für unser Geschäft, und mit welcher Strategie wollen wir diese erreichen?

Erlauben Sie mir mit dem **Flottenleasing** zu beginnen:

Das Flottenleasing bietet uns ein kontinuierliches und von Konjunkturzyklen relativ unabhängiges Geschäft mit stabilen und verlässlich planbaren Einnahmeströmen. Allerdings bewegen wir uns in einem Markt, der zumindest in Deutschland bereits weit entwickelt ist und in dem Wachstum fast nur durch den Gewinn von Marktanteilen von Wettbewerbern möglich ist.

Für das Geschäftsfeld Flottenleasing gehen wir deshalb für die kommenden Jahre beim Vertragsbestand von Zuwächsen im niedrigen einstelligen Prozentbereich pro Jahr aus. Dabei werden wir ein besonderes Augenmerk auf die Profitabilität im Bestandskunden- und im Neugeschäft legen. Deshalb beabsichtigen wir, vor allem Kunden mit komplexen Anforderungen an die Flottensteuerung zu

akquirieren und zu betreuen. Dadurch können wir das gesamte Leistungsspektrum im Full-Service-Leasing ausspielen.

Um die Kundenbindung und Kundenzufriedenheit zu erhöhen, müssen wir unser Serviceportfolio stetig erweitern und unsere IT-Lösungen kontinuierlich ausbauen. Denn ob Fahrzeugbestellung, Werkstattbesuch, Schadenmeldung oder Kostenreporting: Das Management von Flotten ist heutzutage durchgehend IT-gestützt. Die Entwicklung von IT-Lösungen sowie Online- und Mobile-Services werden wesentlich über den langfristigen Erfolg aller Marktteilnehmer entscheiden.

Anders als Flottenleasing ist der Markt für **Flottenmanagement** ein stark wachsender, in dem der Fokus darauf liegt, Kunden neu für das Flottenmanagement zu gewinnen, anstatt bestehende Anbieter zu verdrängen. Dies liegt darin begründet, dass zum einen ein klarer Trend in Richtung Outsourcing von großen Unternehmen zu erkennen ist, zum anderen vermehrt neue Mobilitätsangebote wie z.B. Carsharing entstehen, die auch den Bedarf für Flottenmanagement grundsätzlich erhöhen werden.

Im Geschäftsbereich Flottenmanagement können wir das über Jahrzehnte gewachsene Know-how und die Ressourcen aus dem Flottenleasing nutzen und effektiv skalieren. Wir betreuen heute mit die größten Fahrzeugflotten in Europa, mit zum Teil sehr komplexen Anforderungen in Bezug auf Digitalisierung von Prozessen und Daten.

Zum Ende des ersten Quartals 2016 haben wir die Implementierung von rund 10.000 weiteren Fahrzeuge eines DAX-Unternehmens, von dem wir bereits 3.500 Fahrzeuge unter Vertrag hatten, erfolgreich abgeschlossen. Durch die Akquisition weiterer Großflotten wollen wir in diesem Geschäftsbereich mittelfristig einen Bestand von 50.000 Verträgen erreichen.

Neben weiterem Wachstum in Deutschland ist die Internationalisierung des Flottenmanagements ein weiteres zentrales Vorhaben. In den letzten Jahren haben wir hierzu Tochtergesellschaften in Österreich, Frankreich und den Niederlanden gegründet. Im Geschäftsjahr 2016 konnten wir zudem das Anfang 2015 mit der Swisscom-Tochter BFM Business Fleet Management gegründete Schweizer Flottenmanagement-Joint Venture SXB Managed Mobility AG vollständig übernehmen. Gleichzeitig setzen wir die Zusammenarbeit mit dem ehemaligen Joint-Venture-Partner fort, indem wir im Zuge der Übernahme einen Mehrjahresvertrag zur Betreuung der Swisscom-Flotte mit rund 3.200 Fahrzeugen geschlossen haben.

Ein entscheidender Hebel bei der weiteren Internationalisierung des Geschäftsbereichs wird die Weiterentwicklung und Skalierbarkeit unserer IT-Plattform. Das Sixt Global Reporting Tool war ein wichtiger Schritt in diese Richtung und zeigt wohin die Entwicklung gehen muss. Diese Online-basierte Plattform von Sixt Mobility Consulting gibt Unternehmen über Ländergrenzen hinweg einen einheitlichen Überblick zur Struktur und zu den Kosten ihrer Flotten. Das Tool kann Fuhrparkinformationen aus mehreren Ländern konsistent zusammenführen und transparent für den Kunden aufbereiten. Diese Datengrundlage gibt uns die Möglichkeit, unseren Kunden Einsparpotenziale für internationale Flottenteile aufzuzeigen, die wir im Rahmen einer Fuhrparkbetreuung in ausländischen Märkten heben können. Dem wachsenden Auslandsgeschäft messen wir eine entscheidende Bedeutung zum Erreichen unserer ausgegebenen Wachstumsziele bei.

Wachstumsmotor im Leasinggeschäft ist das Geschäftsfeld **Online Retail**.

Bereits heute nutzen nach einer Studie der Unternehmensberatung Roland Berger 97 Prozent der Autokäufer das Internet als Informationsmittel, um ihren nächsten Fahrzeugkauf vorzubereiten. 44 Prozent der Autokäufer wünschen sich darüber hinaus, ihr Fahrzeug vollständig online zu beschaffen, ohne den heute noch

dominierenden Vertriebskanal über den stationären Handel nutzen zu müssen. Dies wird dadurch unterstrichen, dass fast 60 Prozent der Kunden die Verhandlung mit einem Autoverkäufer schlimmer als einen Zahnarztbesuch empfinden und weniger als 1 Prozent der Kunden den Autokauf als optimales Käuferlebnis wahrnehmen.

Das liegt vor allem daran, dass es heute für Privat- und Gewerbekunden kaum möglich ist, sich in dem wenig preistransparenten Neuwagenmarkt einen Überblick zu verschaffen.

Dennoch werden heute immer noch ca. 99 Prozent der Neuwagenkäufe über den klassischen stationären Handel abgewickelt. Das liegt aus unserer Sicht daran, dass die meisten Online-Angebote schlichtweg nicht attraktiv genug sind. Denn heute beschränken sich unsere Wettbewerber im Wesentlichen darauf, zwei Arten von Dienstleistungen anzubieten:

- Zum einen fungiert ein Teil der Wettbewerber primär als Online-Anzeigenplattform. Diese bietet lediglich einen Überblick zu deutschlandweit bei Händlern verfügbaren Neuwagen, und zwar ohne Bewertung, ob es sich um günstige oder weniger günstige Angebote handelt. Auch werden die Kunden bei der Kontaktaufnahme oder der Verhandlung nicht weiter unterstützt.
- Zum anderen treten Wettbewerber als Vermittler auf, die für Kunden das günstigste verfügbare Angebot deutschlandweit ermitteln. Letztlich wird der Kunde aber auch hierbei wieder an einen Händler weitergereicht.

Sixt Neuwagen hebt sich davon deutlich ab – sowohl beim Umfang des Angebots als auch bei der Convenience für die Kunden:

1. Wir bieten volle Transparenz für rund 30 Hersteller und bieten konkurrenzlos günstige Preise.

2. Wir bieten den gesamten Prozess von Information, Bestellung und Auslieferung aus einer Hand ohne die Einbindung von Dritten.
3. Wir integrieren zusätzliche Services wie Versicherung, Schadenmanagement, Wartung und Verschleiß, Reifen oder Inzahlungnahme – ebenfalls ohne die Einbindung Dritter.
4. Wir bieten sowohl die Möglichkeit, das Wunschauto frei zu konfigurieren, als auch, aus einem großen Angebot an sofort verfügbaren Neuwagen ein passendes, bereits bei einem Händler bereitstehendes Fahrzeug auszuwählen.
5. Wir offerieren eine transparente monatliche „All-In-Rate“ für Fahrzeug und zusätzliche Leistungen. Am Ende der frei wählbaren Laufzeit kann der Kunde das Fahrzeug zurückgeben oder zu einem zu Beginn des Vertrages festgelegten Preis erwerben.

In einem Markt, in dem noch 99% der Fahrzeuge über den klassischen Handel erworben werden, haben wir uns mit der Sixt Neuwagen-Plattform eine einzigartige Position als „First Mover“ aufgebaut. Im Geschäftsjahr 2016 konnten wir das dynamische Wachstum im Geschäftsfeld Online Retail fortsetzen und den Vertragsbestand auf 27.400 Verträge ausbauen. Das entspricht einem Zuwachs von rund 30 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Zum Ende des ersten Quartals 2017 waren es sogar bereits über 36.000 Verträge. Damit haben wir uns zum klaren Marktführer im Online-Vertrieb von Neuwagen entwickelt. Diese Position gilt es nun weiter auszubauen, um möglichst schnell einen relevanten Anteil am Neuwagenmarkt für Privat- und Gewerbekunden zu erschließen. Dieser umfasst alleine in Deutschland mehr als 1,5 Mio. Fahrzeuge und ein Volumen von rund 44 Milliarden Euro pro Jahr.

Ein entscheidender Hebel hierfür ist der Ausbau unserer Markenbekanntheit. Im vergangenen Jahr haben wir dazu wichtige Investitionen getätigt und zwei groß angelegte TV-Kampagnen durchgeführt. Sowohl zu Beginn des Jahres als auch

noch einmal im Herbst lief der Sixt Neuwagen TV-Spot über mehrere Wochen in allen großen Privatsendern zur Primetime. Die Kampagne wurde zudem über Print-Medien und Social Media-Kanäle verlängert.

Mit den Ergebnissen sind wir sehr zufrieden. Denn zum einen konnten wir wie avisiert die Bekanntheit der Marke „Sixt Neuwagen“ deutlich erhöhen. Eine Befragung nach der ersten Kampagnenphase in Q1 2016 ergab eine Steigerung der ungestützten Markenbekanntheit um das Dreifache. Zum anderen hatte die Kampagne aber auch eine signifikante Performance-Komponente. So haben wir gesehen, dass die Zugriffe auf *sixt-neuwagen.de* in den Kampagnenzeiträumen deutlich zugenommen und sich anschließend auf einem höheren Niveau stabilisiert haben. Das führte im Endeffekt zu zusätzlichen Vertragsabschlüssen.

Auch in Zukunft wollen wir in wachstumsfördernde Werbung investieren und weiter gezielte Marketingaktionen fahren.

Auch für das laufende Jahr haben wir uns deshalb sehr ambitionierte Ziele gesetzt. Unsere ursprüngliche, beim Börsengang kommunizierte Prognose, bis Ende 2017 einen Vertragsbestand von 32.000 Verträgen zu erreichen, haben wir zuletzt zweimal nach oben korrigiert. Die aktuelle Prognose sieht vor, den Bestand bis Ende des laufenden Jahres auf deutlich mehr als 40.000 Verträge zu steigern. Das entspräche einem Wachstum von über 50 Prozent gegenüber dem Vorjahresniveau. Unser erklärtes Ziel ist es, Online Retail zum größten Geschäftsfeld des Konzerns zu entwickeln. Angesichts der aktuellen Wachstumsdynamik sollte das in nicht allzu ferner Zukunft gelingen.

4. 1. Quartal 2016 und Ausblick

Sehr geehrte Damen und Herren, erlauben Sie mir einen Ausblick auf 2017.

Sixt Leasing ist gut in das neue Geschäftsjahr 2017 gestartet. Das zeigt die positive Entwicklung der wichtigen Kennzahlen im ersten Quartal 2017:

- Das Konzernergebnis vor Steuern verbesserte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 5,1 Prozent auf 8,5 Mio. Euro.
- Der Konzernumsatz legte um 7,4 Prozent auf 187,7 Mio. Euro zu.
- Der operative Umsatz stieg überproportional um 8,9 Prozent auf 112,5 Mio. Euro.
- Die operative Umsatzrendite erreichte 7,5 Prozent und lag damit weiterhin deutlich über der Zielgröße von 6,0 Prozent
- Der Vertragsbestand erhöhte sich um 7,8 Prozent auf insgesamt 122.500 Verträge. Besonderer Treiber dieser Entwicklung war das Geschäftsfeld Online Retail, das seinen Vertragsbestand deutlich auf 36.300 Verträge ausbauen konnte. Das entspricht einem Zuwachs von 32,3 Prozent gegenüber Ende 2016 und rund 58 Prozent gegenüber dem Wert zum entsprechenden Vorjahreszeitpunkt.

Ich freue mich, Ihnen heute unsere Prognosen zum Gesamtjahr 2017 bestätigen zu können. Wir gehen für den Sixt Leasing-Konzern unverändert

- von einer weiteren Erhöhung des Vertragsbestands,
- von einer leichten Steigerung des operativen Umsatzes sowie
- einer Verbesserung des Vorsteuerergebnisses im hohen einstelligen Prozentbereich gegenüber dem Vorjahr aus.
- Außerdem soll die Eigenkapitalquote erneut einen Wert über der Mindestzielgröße von 14 Prozent erreichen.

5. Schlusswort

Insgesamt schauen wir daher zuversichtlich und voller Tatendrang in die Zukunft:

- Wir haben ein gut diversifiziertes, nachhaltiges und profitables Geschäftsmodell.
- Wir haben stabile und langjährige Kunden- und Lieferantenbeziehungen im Flottenmanagement und Flottenleasing.
- Wir verfügen mit Sixt Neuwagen über ein in Deutschland einzigartiges und schnell wachsendes Online-Geschäft.
- Wir offerieren eine breite und zum großen Teil eigenentwickelte und IT-gestützte Produkt- und Servicepalette, die unseren Kunden echte Mehrwerte bietet.
- Und zu guter Letzt, wir haben mit „Sixt“ eine Premiummarke in Sachen Mobilität, die ihresgleichen sucht.

Und wahrscheinlich das Wichtigste: Wir haben engagierte und kompetente Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die unsere Kunden Tag für Tag von der Leistungskraft von Sixt Leasing überzeugen und darüber hinaus stets innovative Lösungen entwickeln.

Ich denke, ich spreche auch in Ihrem Sinne, wenn ich im Namen des Vorstands und des Aufsichtsrats allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Sixt Leasing-Konzern unseren herzlichen Dank ausspreche. Sie alle haben einen hervorragenden Job gemacht!

Ihnen, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, danke ich für das Vertrauen, das Sie in unser Unternehmen gesetzt haben und setzen. Wir werden alles tun, um diesem Vertrauen weiterhin gerecht zu werden.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!
