

Fünf Prozent Dividende trotz Gewinnrückgang

Hauptversammlung der Agosi im Kongresszentrum – Schwieriger Edelmetall-Markt bringt Umsatzeinbußen

VON SUSANNE ROTH

PFORZHEIM. Trotz schwieriger Rahmenbedingungen können sich die Anleger über fünf Prozent Rendite bei der Dividende freuen. Dies war eine der Botschaften bei der Hauptversammlung der Allgemeinen Gold- und Silberscheideanstalt (Agosi). Das Gold kann gar nicht mehr viel weiter sinken im Wert, die Edelmetalle sind im vergangenen Jahr auch nicht gerade auf Rosen gebettet gewesen, die „Schöne“-Tochter in Amsterdam ist ein großes Sorgenkind. Niedrige Margen in Recycling und Handel, ein etwas stärkeres Produktgeschäft: Das sind die Fakten, mit denen sich die Allgemeine Gold- und Silberscheideanstalt AG Pforzheim beschäftigen muss. Mehr als 1,6 Prozent Wachstum waren nicht drin im vergangenen Jahr, wie die Aktionäre und Teilnehmer der Hauptversammlung erfuhren.

Mit Enthaltungen zwar, aber mehrheitlich wurden der Vorstand entlastet und der Geschäftsbericht samt Verwendung des Bilanzgewinns verabschiedet: Bei knapp 19,9 Millionen Euro Bilanzgewinn (Vorjahr: 34,6 Millionen Euro) gibt es eine Dividende von zwei Euro pro Stückaktie, zusätzlich einer Sonderausschüttung von zwei Euro pro Stückaktie. Die Dividenden-Rendite mit fünf Prozent wurde allgemein als sehr gut bezeichnet. „Ein erfreulich

ches Thema“, befand einer der sich zu Wort meldenden Teilnehmer und fügte „beachtlich, einzigartig“ hinzu. Dennoch fühlten die Aktionäre durch ihre Vertreter dem Vorstand aufgrund der geschilderten Probleme auf den Zahn. Goldfüllung ade, kann man da nur sagen: Tiefer kann der Preis für dieses Edelmetall kaum noch sinken. Palladium erwies sich noch als das preisstärkste Edelmetall.

Während der Aufsichtsratsvorsitzende Ralf Kulemeier – neben sich sitzend den für den Aufsichtsrat Kurt Eisenbeis nachfolgenden neuen „Kollegen“ Carsten Neumann – die Regularien erörterte, war es an Vorstand Dietmar Becker, den Geschäftsbericht vorzutragen. Der Gesamtumsatz des Konzerns Agosi lag demnach bei 735 Millionen Euro (Vorjahr: 985 Millionen Euro) – 25,4 Prozent unter dem Vorjahr. Grund seien die niedrigen Edelmetallpreise, die die Umsätze aus dem Verkauf um 26,7 Prozent sinken ließen. Bei Silber wurden die Absatzmengen im Produktgeschäft gesteigert – Münzronden wurden vor allem in Europa und USA nachgefragt. Kerngeschäft von Agosi ist nach wie vor das Kreislauf-Verbundgeschäft, die Rückgewinnung von Edelmetallen, wobei das Recycling bei Gold zu einer eher mäßigen Auslastung führte, bei Silber dagegen war es eine hohe Aufarbeitungsmenge. Während der Edelmetallhandel schwierig ge-



Ralf Kulemeier führt in die Regularien der Hauptversammlung ein. Foto: Roth

worden ist, ist dagegen das Produktgeschäft laut Dietmar Becker bei Schmuck und Industrie stabil. Nach dem Goldrausch 2012 und dem „Einmaleffekt“ 2013 sei nun „Normalität“ eingetreten, so wurde die Entwicklung grob umrissen.

Der Geschäftsbericht umfasst zudem die Standorte der „Töchter“ in Schwäbisch Gmünd, Wien (Österreich), „Schöne Edelmetall“ in Amsterdam (Niederlande) und Bangkok (Thailand). In Pforzheim wurde in ein neues Produktions- und Logistikzentrum investiert, was ein Ende der räumlichen Enge am Traditionsstandort mit sich brachte. In Bangkok sind die Kapazitäten mittlerweile ausgelastet, was hier Investitionen in eine Erweiterung not-

wendig macht. In Amsterdam wiederum hat zwar die älteste Tochtergesellschaft gerade ihr 275-Jahr-Jubiläum gefeiert, ist jedoch auch das größte Sorgenkind. Strategische Restrukturierung nennt sich das, was unter anderem zu einem Personalabbau geführt hat (minus zwölf Prozent der Stellen, derzeit 57 Mitarbeiter, im Vorjahr waren es 64) – weiteren Stellenabbau konnte Dietmar Becker nicht ausschließen und auch eine Übernahme von Verbindlichkeiten kann nicht ganz von der Hand gewiesen werden.

Dennoch ist der Vorstand zuversichtlich, die Amsterdamer „Schöne“ wieder „in Richtung“ bringen zu können, indem beispielsweise die Beneluxländer vermehrt ins Visier genommen werden. Am Edelmetallpreis könne man nichts ändern, so Becker auf teils skeptische Fragen zur Zukunft von Agosi, jedoch setzt man auf das Pferd „regionale Expansion“ und neue Absatzmöglichkeiten und darauf, „die Effizienz zu verbessern“. Die Stärke des Unternehmens liege im „Kreislauf aus einer Hand“, zudem biete man immer wieder neue Legierungen und Barren in Sondergrößen an. Mit „Schlüsselkunden“ sich weiterzuentwickeln, ist die Zukunftshoffnung. Mit den „Top Ten“ unter den Kunden mache man 30 Prozent des Umsatzes. „Unsere Service-Qualität wird sehr geschätzt von den Kunden“, so Becker.