

Sperrfrist bis Beginn der Rede!

**Rede zur ordentlichen Hauptversammlung der
Heidelberger Druckmaschinen AG**

Donnerstag, 23. Juli 2020

Wiesloch-Walldorf

**Rainer Hundsdörfer
Vorstandsvorsitzender**

Es gilt das gesprochene Wort!

Chart 1: Titelblatt – Begrüßung

Guten Morgen liebe Aktionärinnen und Aktionäre der Heidelberger Druckmaschinen AG, sehr geehrte Aktionärsvertreter,

herzlich willkommen auch von meiner Seite zur diesjährigen, virtuell stattfindenden Hauptversammlung unseres Unternehmens.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

wir haben uns entschieden, unsere Hauptversammlung als virtuelle Versammlung abzuhalten, weil wir dies bei üblicherweise deutlich mehr als 1.000 Teilnehmern nur so verantworten können. Die Gesundheit unserer Gäste und Mitarbeiter hat absoluten Vorrang.

Natürlich fehlt Ihnen und uns der direkte persönliche Austausch, und wir hoffen, dass dieser im nächsten Jahr wieder stattfinden kann. In Vorbereitung dieser Hauptversammlung haben wir die Vorlaufzeit genutzt, Ihre Fragen zu studieren und werden diese umfassend beantworten. Wir sind sicher, dass Sie mit dem hohen Informationsgehalt zufrieden sein werden.

Lassen Sie mich bitte noch darauf eingehen, wie wir bei Heidelberg mit den Covid-19 bedingten Einschränkungen umgegangen sind: Die Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat absolute Priorität.

Wir haben als Unternehmen in der Verantwortung für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter umgehend und konsequent gehandelt.

Durch unser Werk in China waren wir sehr früh mit den konkreten Folgen und den lokalen Maßnahmen konfrontiert und haben sofort nach unserem betrieblichen Pandemie-Plan einen Informations- und Entscheidungsstab eingerichtet, um Informationen zu teilen und Entscheidungen zu treffen.

Gerade die Servicetechniker waren die ersten, die ein umfassendes Hygiene-Konzept für den eigenen und den Schutz unserer Kunden umgesetzt haben. Dazu möchte ich Ihnen eine kurze Geschichte erzählen, die mich nachhaltig berührt hat, denn sie zeigt die großartige Teamarbeit in Zeiten des Lockdowns in einem besonders betroffenen Nachbarland:

Chart 2: Großartige Teamarbeit in Zeiten des Lockdowns.

Als im Februar die Installation einer Speedmaster beim Kunden GRAFICHE MERCURIO SPA in Italien startete, schien es noch, als wäre die Situation im Zusammenhang mit Covid-19 unter Kontrolle. Anfang März wurde aber offensichtlich, dass die Ausbreitung des Virus so schnell voranschritt, dass die italienische Regierung einzelne Regionen, wie zum Beispiel die Lombardei, komplett abriegeln musste.

Nur noch systemrelevanten Berufen, zu denen auch unsere Servicetechniker zählen, war es erlaubt zu arbeiten. Hotels und Restaurants wurden geschlossen. Für unseren Kunden stellte

die zeitlich noch nicht absehbare Unterbrechung der Installation ein ernsthaftes Risiko für das Unternehmen dar.

Nur mit Unterstützung aller Beteiligten konnte eine Lösung gefunden werden, wie die Installation der Speedmaster Maschine fortgeführt werden konnte.

Der Arbeitsbereich wurde vollständig isoliert, nur die Techniker von Heidelberg Italien hatten Zugang. Auch eine Art „Firmen-Appartement“ mit Umkleideraum und sanitären Anlagen wurde zur Verfügung gestellt, da ja auch keine Übernachtungsmöglichkeiten zur Verfügung standen. Mit einem lokalen Hotel konnte die Versorgung mit Essen vereinbart werden.

Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen konnte die Installation abgeschlossen werden. Das Team ist stolz und freut sich mit dem Kunden zusammen, dass die Maschine in Betrieb genommen werden konnte. Das ist eines von vielen Beispielen wie Heidelberg seine Kunden unterstützt hat.

Aber auch bei uns in der Fabrik und in allen Bürobereichen haben wir die Arbeitsschutzmaßnahmen nach Durchführung der notwendigen Gefährdungsbeurteilungen etabliert.

Arbeitsmedizinische Konzepte haben wir bewertet und umgesetzt, Schutzausrüstung und Desinfektionsmittel beschafft, um den notwendigen Sicherheitsstandard zu gewährleisten. Versetzte Arbeitszeiten, Arbeiten von zu Hause und die Nutzung digitaler Tools haben sich bewährt, um Abstand zu schaffen und Abstand zu halten.

Die Lage erfordert bis heute auch ungewöhnliche Reaktionen. Kundenbesuche finden online statt, Geschäftsreisen virtuell, vor Corona unvorstellbar, und für Besprechungen hat sich die digitale Variante etabliert. Selbst die Hauptversammlung ist virtuell.

So haben wir auch binnen kürzester Zeit den Ausbildungsbereich komplett auf Online-Lernen umgestellt und nutzen digitale Tools mehr denn je. Das wird auch nach der Pandemie weitgehend so bleiben. Dieser Digitalisierungsschub hat unsere Arbeitswelt neu justiert und Möglichkeiten aufgezeigt, die wir auch in Zukunft intensiv nutzen wollen.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter setzen die Maßnahmen um und erfüllen trotz der erschwerten Bedingungen motiviert und engagiert ihre jeweiligen Aufgaben.

Dafür möchten wir unserer Belegschaft großen Dank aussprechen.

Herzlichen Dank!

Chart 3: Die Welt im Wandel

Sie werden dies sicherlich auf allen Hauptversammlungen in diesem Jahr hören: Covid-19 stellt die Welt vor neue Herausforderungen. Dies gilt auch für Heidelberg. Die Pandemie verstärkt die Notwendigkeit für Veränderungsprozesse, auch in der Druckmaschinenbranche, die ohnehin schon seit rund zehn Jahren einen massiven Umbruch erlebt.

Entsprechend wichtig und richtig war und ist die von Heidelberg vor einigen Jahren angestoßene digitale Transformation des Konzerns. Und entsprechend wichtig und richtig war und ist die von Heidelberg im abgelaufenen Geschäftsjahr auf den Weg gebrachte umfassende finanzielle Stabilisierung und operative Neuausrichtung des Konzerns.

Meine Damen und Herren,

2019 war für uns das Jahr der Klarheit und der Konsequenzen. Im November vergangenen Jahres haben wir die Arbeiten für einen der größten Umbauten in der jüngeren Geschichte von Heidelberg begonnen. Wir haben schonungslos analysiert und konsequent Entscheidungen getroffen. Da war von Covid-19 noch nicht die Rede. Wir haben die Weichen gestellt, um den gesunden Kern von Heidelberg noch besser und stärker zu machen. Und um die Basis für künftiges Wachstum zu legen. Unser Fokus ist klar: Profitabilität, Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftssicherung.

Am 17. März 2020 haben wir gemeinsam mit dem Aufsichtsrat die Umsetzung unseres umfassenden Programms zur nachhaltigen Sicherung der Liquidität, zur Verschlankung der Strukturen und zur Portfoliobereinigung in der Breite gestartet und entsprechende Maßnahmen angekündigt.

Die Auswirkungen der Pandemie und auch das Maßnahmenpaket haben sich im vierten Quartal des abgelaufenen Geschäftsjahres wie avisiert deutlich in den Finanzkennzahlen des Geschäftsjahres 2019/20 niedergeschlagen, dies können Sie auf den beiden Folgecharts sehen.

Chart 4: Umsatz und Ergebnisentwicklung 2019/2020

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

im Geschäftsjahr 2019/20 gab es zwei gegenläufige Entwicklungen: Konjunkturelle Eintrübung in Zentraleuropa und Wachstum in China und USA. Dies führte dazu, dass der Umsatz des Gesamtkonzerns nach neun Monaten auf dem Niveau des Vorjahres lag, dies können Sie auch auf dem linken Schaubild der Folie gut sehen.

Seit spätestens Februar 2020 hat jedoch die Covid-19-Pandemie die Weltwirtschaft fest im Griff. Insbesondere unser wichtiges China-Geschäft wurde als erstes in Mitleidenschaft gezogen, die anderen Märkte folgten kurz darauf. Dies hat sich in unserem traditionell starken Jahresschlussquartal deutlich negativ bemerkbar gemacht.

Als Konsequenz sank unser Gesamtumsatz gegenüber dem Vorjahr um rund 140 Mio. EUR, also um knapp 6 Prozent, was ausschließlich auf den Rückgang im letzten Quartal zurückzuführen ist. Auf der Folie ist dies mit dem roten Dreieck markiert. Dies hatte natürlich auch Auswirkungen auf unser operatives Ergebnis bzw. auf unser EBITDA ohne Restrukturierungsergebnis. Beide Entwicklungen – auch gegenüber dem Vorjahr – können Sie auf dem rechten Teil der Folie sehen.

Das Restrukturierungsergebnis betrug minus 275 Mio. EUR und beinhaltet im Wesentlichen die Belastungen aus dem Maßnahmenprogramm zur Neuausrichtung. Insgesamt betrug das

Nachsteuerergebnis damit minus 343 Mio. Euro. Mit diesen Einmalbelastungen haben wir aber jetzt auch schon das Gros der Belastungen unserer Neuausrichtung im abgelaufenen Geschäftsjahr verdaut und den Grundstein für die Verbesserung unserer operativen Profitabilität für die Zeit nach Corona gelegt.

Chart 5: Finanzielle Stabilität

Die Sicherung der Liquidität und damit die finanzielle Stabilität für Heidelberg ist eines der zentralen Kernelemente unseres Maßnahmenpakets. Durch die teilweise Rückführung von Liquiditätsreserven in Höhe von rund 380 Mio. EUR aus dem Treuhandvermögen des im Jahr 2005 gegründeten Heidelberg Pension-Trust in das Unternehmen haben wir die Liquidität signifikant erhöht. Dies sehen Sie auf dem rechten Teil der Folie.

Hierdurch ist es uns gelungen, unsere Nettofinanzverschuldung von 250 Mio. EUR auf nur noch 43 Mio. EUR zum Geschäftsjahresende zu senken, was Sie links sehen.

Insgesamt steht das Unternehmen damit finanziell so stabil da, wie seit Jahren nicht mehr.

Die Rückführung der Mittel aus dem Heidelberg Pension-Trust ist mit zwei Auflagen verbunden:

Erstens, dass wir damit die Transformation des Unternehmens finanzieren – oder anders ausgedrückt: Wir haben die finanzielle Kraft, um den Umbau zu stemmen.

Zweitens, dass wir damit den noch verbliebenen Betrag unserer Hochzinsanleihe i.H.v. 150 Mio. EUR zurückführen. Wir wollen diese Rückzahlung noch im laufenden Geschäftsjahr vornehmen. Dies ist für uns der Dreh- und Angelpunkt für eine nachhaltige finanzielle Stabilisierung von Heidelberg, da wir so das Unternehmen dauerhaft von hohen Zinszahlungen entlasten und unabhängiger aufstellen. Daran wollen wir explizit auch in der aktuell herausfordernden Covid-19-Situation festhalten.

Während die liquiden Mittel im abgelaufenen Geschäftsjahr sehr deutlich auf über 400 Mio. EUR gestiegen sind, verringerte sich das Eigenkapital erwartungsgemäß auf rund 200 Mio. EUR. Dies ist zum einen auf den geplanten Restrukturierungsaufwand zurückzuführen, aber auch auf den zum Bilanzstichtag erneut niedrigeren Rechnungszinssatz von 1,8 Prozent für inländische Pensionen.

Chart 6: Neuausrichtung, Überblick Fortschritte

Wir machen große Fortschritte bei der Umsetzung unserer Maßnahmen. Dafür haben wir Ihnen exemplarisch eine Straße eingezeichnet – Sie sehen, hier stehen hinter allen unserer Maßnahmen bereits „ausgefüllte Häkchen“, das heißt sie sind bereits umgesetzt:

Die drastische Reduzierung der Nettoverschuldung durch die Rückführung einer Liquiditätsreserve einerseits ist zwar ein großer Erfolg, aber unsere Eigenkapitalquote von derzeit unter 10 Prozent ist ganz sicher nicht zufriedenstellend. Auch aus diesem Grund haben wir – und hier möchte ich mich explizit bei unseren Arbeitnehmervertretern und der

IG Metall bedanken – unsere betriebliche Altersvorsorge in einem Tarifvertrag vereinheitlicht und zukunftsfest gemacht. Dies hat im ersten Quartal des neuen Geschäftsjahres zu einem positiven Ergebniseffekt von knapp über 70 Mio. EUR und damit zu einer Stabilisierung unseres Eigenkapitals geführt. Unser Maßnahmenpaket soll die Profitabilität signifikant verbessern, um zukünftig über Gewinne das Eigenkapital wieder aufzubauen.

Auch beim Kostenabbau machen wir gute Fortschritte. Mit der Neuausrichtung von Heidelberg geht wie bereits angekündigt auch eine nachhaltige Anpassung von Produktions- und Strukturkosten einher. Von den geplanten Maßnahmen werden insgesamt rund 1.600 Stellen weltweit betroffen sein, was auch Betriebsschließungen beinhalten kann. Auch die Verschlinkung unserer Organisation schreitet stetig voran. Begonnen haben wir ganz oben beim Vorstand, den wir von vier auf zwei Personen halbiert haben. Dann haben wir die erste Führungsebene auf rund 1 Prozent der Gesamtbelegschaft reduziert und beginnen nun die Anzahl der Führungskräfte der zweiten Ebene entsprechend zu verkleinern. Unser Ziel ist es, die Effizienz und Entscheidungsgeschwindigkeit in unseren Abläufen und Prozessen signifikant zu erhöhen.

Hinsichtlich unseres Portfolios konzentrieren wir uns auf unser profitables Kerngeschäft und werden die deutlich defizitären Aktivitäten rund um die Primefire im Digitalbereich und das Großformat im Bogenoffsetdruck bis spätestens Ende des laufenden Geschäftsjahres einstellen.

Fokussierung bedeutet auch, dass wir uns von weiteren Randgeschäften und nicht mehr benötigten Assets trennen werden. Zum einen, um unsere Ressourcen zielgerichteter einsetzen zu können, dort, wo sie zu profitabilem Wachstum führen können. Zum anderen, um unsere Liquidität weiter zu stärken und Eigenkapital aufzubauen.

Sie werden in diesem Zusammenhang vielleicht unsere gestrige Meldung über den Abschluss eines Vertrags über den Verkauf der schweizerischen Gallus-Gruppe, die im Etiketten-Bereich tätig ist, an die schweizerische benpac Holding AG gesehen haben. Wie Sie sehen, treiben wir unsere Neuausrichtung mit hoher Taktzahl voran und haben trotz des aktuell sehr herausfordernden Umfelds am M&A Markt einen weiteren Meilenstein erreicht. Dieser Verkauf, dessen Vollzug noch unter einigen aufschiebenden Bedingungen steht und dem unser Aufsichtsrat noch zustimmen muss, beweist, dass wir bei der Fokussierung auf unser Kerngeschäft Ernst machen. Der vereinbarte Kaufpreis von 120 Mio. EUR wird zu einem Ertrag im mittleren zweistelligen Mio. EUR. Bereich im laufenden Geschäftsjahr führen. Wir stärken erheblich unsere Liquidität und unser Eigenkapital – das hilft uns vor allem auch in Zeiten von Corona.

Chart 7: Neuausrichtung – Produktionsnetzwerk

Auf dem Folgechart habe ich Ihnen weitere Details zur Optimierung unseres globalen Produktionsnetzwerks zusammengefasst, diese Maßnahmen sind beschlossen und eingeleitet und befinden sich in unterschiedlichen Phasen der Umsetzung.

Wiesloch wird sich künftig als der starke Standort für High-End-Produkte etablieren. Dies gilt im Besonderen für unser Bogenoffsetportfolio, aber auch für neue Geschäftsfelder.

In diesem Zusammenhang ist auch der Start der Serienfertigung für gedruckte organische Elektronik zu sehen. Dazu haben wir eine eigene Geschäftseinheit zur industriellen Entwicklung, Herstellung und Vertrieb gedruckter und organischer Elektronik gegründet und rund 5 Mio. Euro in den Aufbau einer kompletten Produktionsstraße für gedruckte Sensoren investiert. Der Einstieg in die Entwicklung und industrielle Produktion gedruckter und organischer Elektronik ist ein Meilenstein für Heidelberg und den Wirtschaftsstandort Deutschland. Wir sehen für uns als Betreiber dieser Produktion von High-Tech-Sensoren künftig auch Wachstumschancen.

Dies ist auch ein klares Bekenntnis zu unserem unverändert wichtigsten Standort und Stammsitz Wiesloch.

Den Ausbau der Produktion von Offset-Standardmodellen werden wir in China vor allem für den dortigen Markt vorantreiben. In diese strategische Richtung geht auch die Gründung eines Joint Ventures mit unserem etablierten Partner MK Masterwork zur Teilefertigung.

Chart 8: Neuausrichtung – Finanzielle Effekte

Was unter dem Strich durch die genannten Maßnahmen zur Verbesserung des EBITDA beiträgt, haben wir Ihnen auf diesem Chart zusammengestellt.

Erstens: Durch die Einstellung unprofitabler Produkte sparen wir rund 50 Mio. €.

Zweitens: Weitere 50 Mio. € durch die deutliche Senkung der Produktions- und Strukturkosten.

Somit rechnen wir mittelfristig mit einer Verbesserung beim EBITDA ohne Restrukturierungsergebnis von insgesamt rund 100 Mio. EUR.

Insgesamt werden wir mittelfristig die operative Gewinnschwelle von Heidelberg bei einem Umsatzvolumen zwischen 2,0 und 2,1 Mrd. EUR erreichen.

Chart 9: Entwicklung Q1 2020/2021

Hier nun ein kurzer Blick darauf, wie Heidelberg in diesem schwierigen Umfeld ins neue Geschäftsjahr 2020/2021 gestartet ist.

Die Auswirkungen der Covid -19-Pandemie stellen insbesondere Exportunternehmen wie Heidelberg aktuell vor anhaltend große Herausforderungen. Wir gehen davon aus, dass der Umsatz im ersten Quartal des aktuellen Geschäftsjahres rund 30 Prozent unter dem Vorjahr liegen wird. Und wir verzeichnen schwache Auftragseingänge aus allen wichtigen Regionen der Welt, auch wenn wir in einzelnen Märkten wie etwa in China wieder Erholungstendenzen beim Druckvolumen sehen. Es ist aktuell schwer absehbar, wann die Investitionsbereitschaft unserer weltweiten Kunden auf breiter Basis wieder anziehen wird.

Was das voraussichtliche Ergebnis des ersten Quartals anbelangt, so konnten wir dank gesetzlich möglicher Kurzarbeit und weiterer Maßnahmen zur Kostenflexibilisierung die Profitabilität auf einem vergleichsweise soliden Niveau halten.

Und auch der bereits erwähnte Ertrag aus dem Abschluss eines Tarifvertrags zur betrieblichen Altersvorsorge von knapp über 70 Mio. EUR hilft uns, fehlende Deckungsbeiträge aus dem Umsatzrückgang zu kompensieren.

Den vollständigen Quartalsbericht werden wir am 13. August veröffentlichen.

Chart 10: Ausblick 2020/2021

Präzise Prognosen zur weiteren Entwicklung der Märkte und der Branche sind in dem von der Covid-19-Pandemie geprägten Umfeld aktuell nicht möglich. Wir haben daher auf der Folie die Themen entsprechend ihrer Auswirkung auf unseren Ausblick sortiert.

Fangen wir rechts oben an: Es lassen sich verschiedene Tendenzen erkennen, die Grund für verhaltenen Optimismus für die zweite Geschäftsjahreshälfte geben.

Insgesamt rechnen wir auf Basis des schwierigen ersten Halbjahres und der schwachen Auftragsdynamik weltweit mit einem Umsatz deutlich unterhalb des Niveaus des Vorjahres. Der erwartete Umsatzrückgang aufgrund der Covid-19-Pandemie wird sich volumenbedingt mit deutlichen Belastungen auch auf die EBITDA-Marge auswirken.

Die positiven Effekte aus den Kostenabbaumaßnahmen werden sich dann sukzessive ab dem zweiten Quartal bemerkbar machen. Ergebnisverbesserungen erwarten wir aus Einsparungen im Rahmen des Maßnahmenpakets, bilanziellen Maßnahmen und temporären Entlastungen aus Arbeitszeitflexibilisierung und Kurzarbeitsmaßnahmen. In Summe wird trotz des Umsatzrückgangs eine EBITDA-Marge ohne Restrukturierungsergebnis angestrebt, die mindestens auf dem Niveau des Vorjahres liegt.

Aufgrund der Umsatzprognose rechnet Heidelberg im Geschäftsjahr 2020/21 mit einem gegenüber dem Vorjahr signifikant verbesserten, aber nochmals deutlich negativen Nachsteuerergebnis.

Mittel- bis langfristig gehen wir davon aus, dass unser umfassendes Maßnahmenpaket dazu beiträgt, die Profitabilität des Unternehmens und die Finanzierungskraft für zukünftiges Wachstum nachhaltig zu verbessern.

Chart 11: Unser Kerngeschäft

Mir ist eine Botschaft heute sehr wichtig: Die umfassende Neuausrichtung, die wir im November letzten Jahres gestartet haben, war und ist unabdingbar, um Heidelberg nachhaltig profitabel und zukunftsfest aufzustellen. Angesichts der Dramatik, die Covid-19 in die Welt und unsere Industrie gebracht hat, ist sie zwingender denn je. Was vor der Krise

richtig war, ist es in der Krise erst recht. Unser eingeschlagener Weg wird dazu beitragen, dass Heidelberg finanziell solide und kostenseitig hocheffizient wird.

Darauf konzentrieren wir uns. Das ist ein Mittelstreckenlauf – durchaus mit Hindernissen, wie die aktuelle Covid-19 Situation zeigt. Aber wir verzetteln uns nicht. Wir haben genau das im Blick, was unsere Kunden brauchen – und was uns eine angemessene Wertschöpfung bringt. Unser profitables Kerngeschäft eben. Diesen Weg gehen wir – konsequent in der Umsetzung und mit hohem Tempo. Wenn wir das beibehalten, werden wir dank unserer starken Marke, unserem profitablen Kerngeschäft, unserer Innovationskraft und unserer Positionierung in Wachstumsmärkten eine nachhaltig gute Zukunft haben.

Bei aller Umstrukturierung ist klar: Wir wollen für alle Stakeholder einen Mehrwert generieren. Das ist für uns Auftrag und Verpflichtung zugleich.

Unser Kerngeschäft, das sie auch in Bildern in der Mitte der Folie finden, bleibt das Drucken. Wir begleiten unsere Kunden im Verpackungs- und Etikettendruck wie auch im Werbedruck über den gesamten Prozess – vom Angebot bis zur Rechnung. Also über die gesamte Wertschöpfungskette. Dazu ist Heidelberg derzeit als einziges Unternehmen der Branche als Technologieführer weltweit in der Lage.

Ausgehend vom Bedarf des Kunden können wir ein Angebot schnüren, das seinen individuellen Anforderungen perfekt entspricht.

Dabei schauen unsere Kunden auf den Mehrwert digitaler Angebote für den Druckprozess. Denn „Drucken“ muss „smart“ sein. Und Heidelberg bietet genau das. Denn mit unserem Smart Print Shop digitalisieren wir das Drucken. Damit bildet der Smart Print Shop das Rückgrat unserer digitalen Lösungen. Für die Zukunft werden wir daher die Digitalisierung der Prozesse konsequent fortsetzen, mit einem Fokus auf bedienerunabhängige Performance.

Dabei gibt es grundsätzlich zwei unterschiedliche Modelle: Mit Heidelberg Transaction bieten wir maßgefertigte Einzellösungen an, wie links unten auf der Folie dargestellt, während Heidelberg Subscription sämtliche Abschnitte der Produktion volumenbasiert in Form eines Produktionssystems abdeckt.

Heidelberg ist und bleibt, das kann ich Ihnen versprechen, der Impulsgeber und Innovationsführer der Branche.

Unsere Teilnahme an der drupa 2021 haben wir aufgrund der weltweiten Pandemie zwar abgesagt. Aber im Rahmen einer „Innovation Week“ vom 19. bis 23. Oktober 2020 wird Heidelberg seinen Kunden unter dem Motto „Unfold your potential / Entfalte Dein Potenzial“ eine Fülle an Produktinnovationen mit den Schwerpunkten Verpackung und Werbedruck vorstellen. Dazu zählen unter anderem autonomes Drucken, End-to-End-Lösungen, der Smart Print Shop und eine Weiterentwicklung unseres Push-to-Stop-Konzepts. Realisiert wird die Woche via Live-Stream sowie durch physische Formate am Standort Wiesloch- Walldorf.

Chart 12: Zukunftsmärkte Packaging und Label

Wir blicken trotz aller aktuellen Probleme und Herausforderungen also durchaus zuversichtlich in die Zukunft. Denn Heidelberg agiert selbst in diesen schwierigen Zeiten erfolgreich in Zukunftsmärkten und ist dort sehr gut positioniert. Dies möchte ich Ihnen anhand der beiden folgenden Charts kurz präsentieren.

Mit dem Print Media Industrie-Klima-Bericht informiert Heidelberg seine Kunden aus einem Datenpool von weltweit rund 5.000 verbundenen Druckmaschinen über wichtige Marktentwicklungen und stärkt damit ihre Handlungsfähigkeit in der Krise. Das sehen sie stark vereinfacht auf der rechten Seite der Folie.

Druckereien in den Märkten Packaging und Label ist es bisher gelungen, sehr stabil durch die Krise zu kommen. Sie verfügen über eine hohe Krisenresistenz und wachsen sogar weiter gegenüber dem Vorjahr. Kunden und Lieferanten wie Heidelberg gelten in diesen Bereichen gar als systemrelevant.

Der Bereich Werbedruck hat die Investitionszurückhaltung bedingt durch den Lockdown in vielen Ländern naturgemäß stärker zu spüren bekommen, denn er ist in hohem Maß abhängig von Werbeausgaben. Aber auch dieser Markt zieht regional wieder an. Hier versprechen wir uns nach einer Normalisierung der Lage weltweit wieder ein stabiles Druckvolumen.

Insbesondere die Marktentwicklung in China gibt Grund zur Hoffnung: Dort zeigt sich, dass mit einer Entspannung der Covid-19-Situation die Nachfrage nach Druckprodukten wieder deutlich und schnell anzieht, auch wenn sich dies noch nicht sofort und unmittelbar in Druckmaschineninvestitionen niederschlägt.

Chart 13: Wachstumsmarkt China

Beim Stichwort China zeigt sich, wie wertvoll es war, frühzeitig eine eigene Produktion für die dortige Region aufzubauen, wie wir es in der Nähe von Shanghai bereits seit dem Jahr 2005 getan haben, auf dem Bild sehen sie auch den Eingang unseres Werks.

Heidelberg ist in China mit derzeit rund 850 Mitarbeitern bei Vertrieb, Service und Produktion sehr wettbewerbsfähig aufgestellt. Unser Marktanteil liegt im größten Wachstumsmarkt unserer Industrie bei über 50 Prozent. Um Wachstumschancen in Asien auch künftig zu nutzen wird der Standort auf mehr als 1.000 Mitarbeiter ausgebaut.

Das in China produzierte Produktportfolio wird stetig an die Anforderungen des asiatischen Marktes angepasst und erweitert, vor allem für den wichtigen Verpackungsmarkt.

In der Region Asia/Pacific konnte der Auftragseingang im vergangenen Geschäftsjahr trotz Covid-19-bedingter Rückgänge um fast 4 Prozent auf über 680 Mio. EUR gesteigert werden, was maßgeblich an Bestellungen aus China lag.

Chart 14: Wachstumsmarkt Verpackung

Der Verpackungsmarkt ist für Schlüsselindustrien wie die Lebensmittelbranche oder den Gesundheitssektor gerade in Zeiten von Covid-19 systemrelevant.

Zudem hat sich unser Konsumverhalten in der Krise weiter verändert. Die meisten von uns haben in Zeiten des Lockdowns vermehrt online bestellt und auch Zuhause gekocht, da Betriebskantinen und Restaurants geschlossen waren. Dies hatte zur logischen Konsequenz, dass Haushaltsverpackungen für Lebensmittel, wie beispielsweise Nudeln, im Gegensatz zu den industriellen „Groß-Verpackungen“ in der Covid-19-Zeit besonders stark nachgefragt waren – von anderen Verbrauchsmitteln ganz zu schweigen.

Unsere Verpackungskunden mussten ihre Produktion an Haushaltsverpackungen an den gestiegenen Bedarf anpassen, um Lieferengpässe und leere Supermarktregale zu vermeiden.

Schon heute ist Heidelberg der größte Lieferant für Verpackungsdrucker. Im Geschäftsjahr 2019/2020 wurde die Hälfte unseres Bogenoffset-Maschinenumsatzes in diesem Segment erwirtschaftet. Wir verkaufen so viele Druckwerke allein für den Verpackungsmarkt, wie unser größter Mitbewerber insgesamt.

Dabei gehen wir auch langfristige Partnerschaften mit starken Partnern ein. Mit MK Masterwork ergänzen wir beispielsweise unser Angebot im Verpackungsdruck um hochattraktive notwendige Weiterverarbeitungsmaschinen.

Chart 15: Ausbau Vertragsgeschäft

An der digitalen Transformation führt bei Heidelberg wie erwähnt seit drei Jahren kein Weg vorbei. Wir sind auf dem Weg zu einem digitalen, softwaregestützten Unternehmen; die aktuelle Krise unterstreicht die Notwendigkeit, dies jetzt sogar noch massiv zu beschleunigen. Ein zentraler Baustein unseres zukünftigen Erfolgs basiert dabei auf unserem Vertragsgeschäft.

Wir wissen, dass unsere Kunden ganz unterschiedliche Bedarfe haben. Dem begegnen wir, indem wir vier verschiedene Pakete anbieten, mit denen unsere Kunden alle Produkte und Services aufeinander abgestimmt und aus einer Hand erhalten. Sie sind auf der Folie wie eine Treppe aufgebaut. Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir unseren Kunden damit zusätzliche Optionen anbieten können, um gerade in der Krise noch flexibler agieren zu können.

Bei unseren Pay-Per-Use-Angeboten, bei denen basierend auf der genutzten Leistung pro Monat abgerechnet wird, beziehungsweise die Zahlung je gedrucktem Bogen erfolgt, können unsere Kunden zwischen den zwei Ausstattungslinien Smart und Plus wählen. Smart ist sozusagen die „smarte“ Grundausstattung für unseren Kunden und mit der „Plus“ Ausstattungslinie, wie Sie es von Ihrem Pkw kennen, kann unser Kunde zusätzliche Bausteine buchen – vom integrierten Druck- und Medienworkflow Prinect, sowie Consulting und Training. Die „High-End-Stufe“ beinhaltet dann auch die Maschine.

Mit diesen Vertragsmodellen schaffen wir es, unsere Vertragsangebote passgenau auf die jeweiligen Kundenbedürfnisse auszurichten und fördern damit langfristige Geschäftsbeziehungen zu ihnen. Ziel ist es, den Umsatzanteil des Vertragsgeschäftes am

Gesamtumsatz kontinuierlich zu steigern und somit Umsatz zu verstetigen. Damit reduzieren wir sukzessive Risiken aus dem maschinenbautypisch volatilen Investitionsverhalten der Kunden.

Chart 16: Nächste Schritte und Ziele

Ich komme nun zum Ende meiner Ausführungen.

Die Zukunft von Heidelberg heißt in erster Linie nicht Größe und Wachstum um jeden Preis, sondern Fokus auf die Profitabilität. Damit legen wir den Grundstein, um mit unserer Neuausrichtung von einer Erholung der Märkte zu profitieren.

Unsere Ziele sind klar, unsere Prioritäten für die kommenden Monate ebenso: Wir machen Heidelberg mit der Umsetzung der Neuausrichtung wetterfest, wir sichern die Liquidität, stärken das Eigenkapital, verschlanken die Strukturen und die Organisation und erhöhen konsequent unsere Profitabilität.

Wir werden dabei auch den dafür notwendigen kulturellen Wandel im Unternehmen vorantreiben. Ziel ist die konsequente Umsetzung der Transformation von Heidelberg hin zum flexiblen modernen Mittelständler mit flachen Hierarchien und unternehmerischen Handeln auf allen Ebenen.

Die Maßnahmen sind schmerzhaft, waren zum Teil überfällig, sind aber in unserer Situation unabdingbar. „Punkt für Punkt“ arbeiten wir unser Maßnahmenprogramm in 2020/2021 ab. Dies ist auch das Kernmotiv unseres aktuellen Geschäftsberichts.

Heidelberg packt die richtigen Dinge an – und zwar ohne Tabus und mit Konsequenz. Auf Basis eines starken Kerngeschäfts stellen wir uns nachhaltig profitabel auf – und haben dann eine gute Zukunft. Wir machen solide und umsichtig unser Geschäft – und werden uns darauf konzentrieren, wieder erfolgreich Geld zu verdienen. Wir sind und bleiben Technologieführer. Und als Full-Service-Anbieter sind und bleiben wir ein starker Partner an der Seite unserer Kunden.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit und Ihr Vertrauen in unser Unternehmen. Mein Kollege Marcus Wassenberg und ich werden alles dafür tun, dieses in Zukunft zu rechtfertigen, damit wir alle endlich wieder Freude an Heidelberg haben.

Wir kommen jetzt zur Beantwortung Ihrer eingereichten Fragen und dafür übergebe ich wieder an den Versammlungsleiter Herrn Dr. Sonnenschein.

Wichtiger Hinweis:

Diese Erklärung enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, welche auf Annahmen und Schätzungen der Unternehmensleitung der Heidelberger Druckmaschinen Aktiengesellschaft beruhen. Auch wenn die Unternehmensleitung der Ansicht ist, dass diese Annahmen und Schätzungen zutreffend sind, können die künftige tatsächliche Entwicklung und die künftigen tatsächlichen Ergebnisse von diesen Annahmen und Schätzungen aufgrund vielfältiger Faktoren erheblich abweichen. Zu diesen Faktoren können beispielsweise die Veränderung der gesamtwirtschaftlichen Lage, der Wechselkurse und der Zinssätze sowie Veränderungen innerhalb der grafischen Industrie gehören. Die Heidelberger Druckmaschinen Aktiengesellschaft übernimmt keine Gewährleistung und keine Haftung dafür, dass die künftige Entwicklung und die künftig erzielten tatsächlichen Ergebnisse mit den in dieser Presseerklärung geäußerten Annahmen und Schätzungen übereinstimmen werden.