

Sperrfrist bis Beginn der Rede!

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

Freitag, 23. Juli 2021

Wiesloch-Walldorf

**Rainer Hundsdörfer
Vorstandsvorsitzender**

Es gilt das gesprochene Wort!

Titelblatt: Begrüßung

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,

sehr geehrte Mitglieder des Aufsichtsrates,

sehr geehrte Damen und Herren,

herzlich willkommen zu unserer ordentlichen, leider erneut nur virtuellen Hauptversammlung. Ich begrüße Sie aus unserer Konzernzentrale in Wiesloch-Walldorf und freue mich über Ihr Interesse an Heidelberg, von wo auch immer Sie gerade zuschauen.

Chart 2: China-Print

Nach mehr als 15 Corona-geprägten Monaten bin ich sehr erleichtert Ihnen heute viele positive, Hoffnung machende Themen präsentieren zu können. Ganz frisch sind noch die fast schon überwältigenden Eindrücke von der vor wenigen Tagen zu Ende gegangenen Branchenmesse China Print in Peking. Die mehreren zehntausend Besucher und insgesamt 8.000 registrierten Teilnehmer bei den Präsentationen unseres Lösungs- und Produktangebots haben unsere Stände regelrecht überrannt. Zudem haben wir digital an den fünf aufeinanderfolgenden Tagen eine Gesamtzahl von 400.000 Zuschauern in China erreicht und hier ebenso unsere führende digitale Kompetenz untermauert.

Der Auftragseingang und die Nachfrage haben unsere eigenen Erwartungen bei weitem übertroffen. Dies galt insbesondere für die Weltpremiere unserer neuen Bogenoffsetdruckmaschine Speedmaster CX 104, einem wahren Highlight der Messe. Hierfür liegen uns nach wenigen Wochen bereits Bestellungen für mehr als 500 Druckwerke vor, der Großteil davon aus China.

Dies unterstreicht zum einen unsere marktführende Position im global wichtigsten Wachstumsmotor China, aber auch unsere einzigartige Innovationsstärke. Wir haben unsere Forschungs- und Entwicklungsleistung auch in der Krise auf hohem Niveau gehalten. Nur so sind richtungsweisende Produktneuheiten wie die Speedmaster CX 104 realisierbar. Und der Erfolg gibt uns recht. Entsprechend werden wir auch unsere Kapazitäten in China für China, aber auch die umliegenden asiatischen Märkte konsequent ausbauen. Mehr zum Reich der Mitte später, wenn ich Ihnen unsere Wachstumsperspektiven und Strategie vorstelle.

Chart 3: Geschäftsjahr 20/21:

„Heidelberg ist zurück“, meine sehr geehrten Damen und Herren. Was einige von Ihnen und viele Kapitalmarktteilnehmer nicht für möglich gehalten haben, unser

Traditionsunternehmen hat wieder eine Perspektive und sogar eine wirklich vielversprechende mit einer nachhaltigen Profitabilität und einem strukturellen Wachstum.

Dank eines wahren Kraftakts mit zahlreiche Verbesserungsmaßnahmen ist es uns im vergangenen Geschäftsjahr gelungen, erfolgreich der Corona-Pandemie und damit der größten Wirtschaftskrise seit mehr als 70 Jahren zu trotzen und strategische Weichenstellungen einzuleiten, die uns mit Zuversicht auf die kommenden Quartale blicken lassen.

So haben wir 2020/21 dank eines starken Jahresschlusssturms und einer konjunkturbedingt wieder steigenden Nachfrage mit einem leicht über den Erwartungen liegenden Umsatz, spürbar anziehenden Auftragseingängen und einer deutlich über den Prognosen liegenden EBITDA-Marge abgeschlossen.

Unser Transformationsprogramm war und ist erfolgreich. Hierdurch hat Heidelberg die Gewinnschwelle massiv reduziert – in spätestens zwei Jahren soll sie bei rund 1,9 Mrd. € liegen! Und wir stehen finanziell wieder auf soliden Beinen.

Der Free Cashflow war positiv und die Nettofinanzverschuldung haben wir weiter auf niedrigem Niveau gehalten.

Auch dank konsequenter Portfoliobereinigungen und struktureller Verbesserungen gelingt es uns, unsere einzigartige Technologiekompetenz für zukünftiges Wachstum in unseren profitablen Kerngeschäften und in neuen Geschäftsfeldern zu mobilisieren.

Ein auch von der Öffentlichkeit sehr positiv wahrgenommenes Highlight ist sicherlich unser boomendes E-Mobilitäts-Geschäft, das sich im vergangenen Jahr bereits verdoppelt hat und weitere enorme Wachstumspotenziale verspricht.

Charts 4: Aktienkurs

Die Börse hat unser bisheriges Vorgehen und unsere Positionierung in Zukunftsmärkten bereits honoriert. So kletterte der Aktienkurs seit der letzten Hauptversammlung vor genau 12 Monaten um über 200 Prozent!

Dies ist sehr positiv, aber noch lange kein Grund für gegenseitiges Schulterklopfen oder um sich auf den Lorbeeren auszuruhen. Denn mein Vorstandskollege Marcus Wassenberg und ich wollen und werden Heidelberg zu einem wertvolleren und zu einem Werte schaffenden Unternehmen machen. Und hier gibt es noch viel zu tun. Dafür müssen und werden wir liefern, was wir versprechen!

Chart 5: Kennzahlen 20/21

Kurz noch einen vertiefenden Blick auf die wichtigsten Finanzkennzahlen des vergangenen Geschäftsjahres.

Wir haben geliefert und dies in extrem schwierigen Zeiten.

So lag der Umsatz vor allem aufgrund der Pandemiebedingten Belastungen erwartungsgemäß deutlich unter dem Vorjahr. Hierauf haben wir konsequent reagiert:

mit kurzfristigen Maßnahmen (z.B. Arbeitszeitmaßnahmen und Kurzarbeit, Budgetkürzungen und Investitionsstopp)

und mit nachhaltigen Strukturmaßnahmen wie Stellenabbau, der Fokussierung auf das Kerngeschäft und Unternehmensverkäufen und der Neuverhandlung der betrieblichen Altersversorgung

Damit ist es uns gelungen die EBITDA Marge im Krisenjahr 2020/21 deutlich gegenüber Vorjahr und unserer Prognose zu verbessern. Beim Nachsteuerergebnis profitierten wir auch vom spürbar verbesserten Zinsergebnis aus der vorzeitigen Rückführung einer Hochzinsanleihe

Dank umfangreicher Fokussierungsmaßnahmen, aber vor allem wegen eines verbessertes Net Working Capital Management konnten wir unsere Analysten und Investoren mit einem positiven Free Cashflow überraschen.

Darüber hinaus konnte die Verschuldung auf niedrigem Niveau gehalten werden.

Chart 6: Transformation Kosteneinsparungen

Ich hatte es bereits erwähnt, unser Transformationsprogramm, das wir bereits vor Beginn der Corona-Krise gestartet hatten, wirkt. Auch weil wir es im Jahresfortgang beschleunigt haben, um der Pandemie entgegen zu wirken.

Entscheidend war hierbei, die Kostenseite in den Griff zu bekommen. So konnten wir bereits im vergangenen Geschäftsjahr 85 Mio. € und damit mehr als geplant vor allem durch die Reorganisation der Strukturen und die Fokussierung unseres Portfolios einsparen. Und der weit überwiegende Teil der zukünftigen Einsparpotenziale von insgesamt rund 170 Mio. € bis 2022/23 ist bereits sicher. In diesem Geschäftsjahr rechnen wir bereits mit Effizienzgewinnen von rund 140 Mio. €.

Zukünftig strebt Heidelberg dank einer deutlich gesenkten Gewinnschwelle, der Weiterentwicklung neuer Geschäftsfelder und einer optimierten Finanzierungsstruktur eine signifikant verbesserte Profitabilität an. Auch hierzu später einige zusätzliche Details.

Chart 7: Auftragseingang

Wir kommen nun zum Blick nach vorn und den vielversprechenden Perspektiven für das neue Geschäftsjahr 2021/22.

Der Investitionsstau des letzten Jahres löst sich sukzessive auf. Die Rahmenbedingungen im Maschinenbau hellen sich deutlich auf. Auch unser Branchenverband VDMA zeigt sich sehr zuversichtlich, vor allem was die wichtigen Märkte in Asien, Europa und Nordamerika betrifft.

Dies spiegelt sich auch in unseren Auftragseingängen wider. Diese zogen bereits im Schlussquartal des Vorjahres deutlich an. Zum Jahresbeginn des neuen Geschäftsjahrs hat sich der positive Trend stabilisiert, ja sogar verstärkt. So lagen wir in allen Berichtsmonaten spürbar über dem – Corona-bedingt schwachen Vorjahreszeitraum. Der Auftragseingang kletterte in den ersten drei Monaten im Geschäftsjahr 2021/22 bis Ende Juni auf deutlich über 600 Mio. €. Zum Vergleich in Q1-2020/21 konnten wir nur einen Wert von 346 Mio. € ausweisen.

Chart 8: Highlights 1. Quartal 2021/22

Wir werden unseren Bericht zum 1. Quartal am 4. August, also in knapp zwei Wochen veröffentlichen. Ich kann Ihnen aber schon heute einige Hoffnung machende Indikationen und Trendaussagen geben, die unseren Weg zurück zu einer positiven operativen Ertragskraft bestätigen.

Heidelberg, und dies zeigen unsere spürbar höheren Auftragseingangszahlen, verzeichnet in fast allen Weltregionen eine breite Markterholung. Diese anziehende Dynamik macht sich auch in deutlich steigenden Umsätzen gegenüber den vergleichbaren Vorjahreswerten bemerkbar.

Beim Ergebnis müssen wir zwei Themenblöcke berücksichtigen. So war das 1. Quartal des Vorjahrs sehr stark von positiven Einmaleffekten geprägt. So konnten wir allein aus der Neuordnung der betrieblichen Altersvorsorge Einmalerträge von mehr als 70 Mio. € verbuchen. Hinzu kamen positive Effekte aus der umfangreichen Nutzung von Kurzarbeit und Arbeitszeitkonten. Diese großen Sonderthemen haben wir in diesem Geschäftsjahr 2021/22 natürlich nicht mehr gehabt. Entsprechend sind die dann ausgewiesenen Ergebniszahlen nicht miteinander vergleichbar.

Da es uns jedoch gelungen ist, große Teile dieser Sondereffekte durch operative Verbesserungen zu kompensieren, werden wir im Jahresauftaktquartal 2021/22 ein sehr respektables positives EBITDA ausweisen. Vergleichbar, also rein operativ, haben wir uns gegenüber dem Vorjahresquartal damit verbessert.

Unser steigender Auftragsbestand bildet zudem eine gute Basis für die Erreichung der Gesamtjahresziele.

Chart 9: Ausblick Gesamtjahr 2021/22

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

Sie sehen, wir gehen mit einem guten Rückenwind in dieses Geschäftsjahr. Dank des positiven Trends im 1. Quartal sind wir unter der Prämisse einer anhaltenden Erholung der Weltkonjunktur sehr zuversichtlich, unsere Gesamtjahresziele zu erreichen.

Wie diese genau aussehen zeigt Ihnen dieses Chart:

Beim Umsatz erwarten wir einen Anstieg auf mindestens 2 Mrd. €. Dabei helfen uns insbesondere unsere strategischen Initiativen, die gepaart mit der im Auftragseingang ersichtlichen Markterholung ein solides Fundament bilden.

Auch bei der Profitabilität haben wir uns spürbare Verbesserungen vorgenommen. Und zwar operative Verbesserungen. Fortan weisen wir kein Restrukturierungsergebnis mehr aus, da nachlaufende Aufwendungen aus dem Transformationsprogramm nicht mehr signifikant ausfallen sollen.

Die Herausforderung wird es im laufenden Jahr sein, die signifikanten außerordentlichen Erträge aus dem Vorjahr bspw. aus der Neuordnung der Pensionen, eine deutlich geringere Inanspruchnahme von Kurzarbeit sowie wegfallende Einmalserträge aus dem Abgang von Tochterunternehmen, durch tatsächliche operative Verbesserungen zu kompensieren.

Steigende Umsatzerlöse sowie eine weitere Absenkung der Kostenbasis durch unser Transformationsprogramm helfen uns bei dieser Zielsetzung, wenngleich auch im laufenden Jahr noch einmal außerordentliche Erträge aus bereits angestoßenen Projekten im Rahmen des Asset Management zur Fokussierung auf das Kerngeschäft erwartet werden. Dies sind überwiegend Erträge aus Grundstückverkäufen wie beispielsweise dem bereits kommunizierten in Großbritannien. Diese haben gegenüber den wegfallenden Einmalserträgen aus dem Vorjahr aber einen geringeren Umfang. Wir werden im laufenden Jahr daher eine deutlich verbesserte Ergebnisqualität zeigen.

In Summe erwarten wir beim operativen Ergebnis trotz der weiter sichtbaren Herausforderungen einen weiteren deutlichen Anstieg der EBITDA-Marge von 5 % im Vorjahr auf eine Bandbreite von 6-7% (inkl. Restrukturierungsergebnis).

Bei aller Zuversicht dürfen wir aber auch nicht die anhaltenden Herausforderungen außer Acht lassen, mit denen Heidelberg auch in 2021/22 konfrontiert wird. Neben den weiter spürbaren Folgen der Pandemie betrifft dies vor allem die Verfügbarkeit erfolgskritischer elektronischer Bauteile und die bei einer anziehenden Konjunktur wieder deutlich anziehenden Materialkosten. Hier muss es uns gelingen den Großteil der Belastungen über Preisanpassungen an unsere Kunden weiter zu geben, oder zusätzliche Effizienzverbesserungen zu erreichen.

Trotz dieser Belastungsfaktoren glauben wir unverändert daran, für das laufende Geschäftsjahr wieder einen kleinen Nachsteuergewinn ausweisen zu können.

Wichtiger für uns ist aber der Blick noch weiter nach vorne: Das Transformationsprogramm ist auf drei Jahre ausgelegt, eines davon liegt hinter uns. Im nächsten Geschäftsjahr werden wir die vollen Einsparungen aus dem Programm realisieren können. Hier haben wir uns zum Ziel gesetzt, unsere Profitabilität so weit verbessert zu haben, dass wir wieder deutliche Jahresüberschüsse und signifikant positive freie Cashflows erzielen können.

Chart: 10: Strategie Introchart

Die Kostenseite haben wir wie beschrieben im Griff.

Nun gilt es einen sukzessiven Wandel von einer Restrukturierungs- hin zu einer Wachstumsstory – und zwar einer profitablen – zu vollziehen.

Dabei hilft uns die überall spürbare und zunehmend gelebte Aufbruchsstimmung in unserem Hause und nicht erst seitdem die Inzidenzzahlen sinken.

Denn Heidelberg hat sich gewandelt, endlich! Und ich wiederhole dieses Wort gerne, da es uns in der Vergangenheit aus unterschiedlichen Gründen nicht gelungen ist, den Knoten zu einem wirklichen Wandel durchzuschlagen und Heidelberg zu echten Perspektiven zu führen.

Wir sind nicht nur für das laufende Geschäftsjahr zuversichtlich, sondern auch für die Folgejahre zunehmend optimistisch. Unter dem Vorbehalt einer soliden konjunkturellen Entwicklung sehen wir gute Potenziale für eine Fortsetzung des profitablen Aufwärtstrends.

Grundlage hierfür ist, nach der erfolgreichen Umsetzung der Maßnahmen zur Neuausrichtung, vor allem die konsequente Nutzung unserer Markt- und Technologieführerschaft:

Die von uns entwickelte Zukunftsstrategie basiert neben der bereits weit fortgeschrittenen Fokussierung auf unser profitables Kerngeschäft vor allem auf dem Ausbau der Wachstumsfelder und -regionen.

Deutliche Potenziale für ein nachhaltiges Wachstum und Wertsteigerungen sieht Heidelberg zukünftig vor allem im Verpackungsdruck, im größten Einzelmarkt der Welt: in China, bei digitalen Geschäftsmodellen und mit neuen Technologieanwendungen zum Beispiel in der E-Mobilität.

Meine Damen, meine Herren: Wir entwickeln uns vom Druckmaschinenanbieter zu einer Technologie-Company.

Dabei wollen wir es nicht bei bloßen allgemeinen Aussagen belassen, sondern lassen uns konkret in den genannten vier Wachstumsfeldern an Wachstums- und Umsatzzielen messen.

Chart 11: Packaging

Ich beginne mit unseren Potenzialen im Verpackungsdruck.

Hier sind wir bereits mit einem Marktanteil von fast 50% Weltmarktführer bei den Bogenoffsetmaschinen für Faltschachtel- und Etikettendruck.

Wir sind der einzige Anbieter, der die gesamte Wertschöpfungskette anbietet. Entsprechend wollen wir stärker wachsen als der Markt, der etwa beim Thema Faltschachteln um rund 2% per annum zulegen soll.

Um dies zu erreichen, werden wir einerseits die durchgehende Automatisierung, Touchpoint Reduzierung, weitere Integration und OEE Steigerung unserer Prozesse forcieren, z.B. auch von der Rolle bis zur fertigen Verpackung.

Wir werden andererseits das datengetriebene Serviceangebot deutlich ausbauen. Auch hier sind wir dank der großen und weiterwachsenden installierten Basis deutlich weiter als unser Wettbewerb.

Und: Wir erweitern unser Portfolio deutlich um maßgeschneiderte Angebote speziell für den wachsenden asiatischen Markt.

Auch unsere Tochter Gallus ist Teil des Wachstumsplans, der Etikettendruck wächst und Gallus verschafft uns hierbei einen Technologie- und damit Wettbewerbsvorteil in der Wertschöpfungskette.

All dies soll dazu beitragen, dass wir unseren Umsatz im Verpackungsdruck von heute rund 860 Mio. € bis zum Geschäftsjahr 2026 auf über 1 Mrd. € steigern.

Chart 12: China

Über unsere Erfolge in China hatte ich Ihnen ja bereits zu Beginn meines Vortrags berichtet. Hier werden wir der guten Nachfrage folgend mit gezielten Investitionen in die Erweiterung unserer Kapazitäten und unseren speziell für die Region adaptierten Innovationen in der Wachstumsregion Nummer 1 weltweit punkten.

In China sind wir mit einem 50prozentigen Marktanteil bei den wichtigsten Bogenoffsetmaschinen klare Nummer 1. Hier hilft uns unsere starke vor-Ort-Präsenz im langjährig etablierten Werk nahe Shanghai.

Damit decken wir einerseits den mit 15 % Weltmarktanteil größten Einzelmarkt ab, bedienen aber auch die asiatischen Wachstumsländer. Knapp 20 % der in Shanghai produzierten Maschinen gehen bereits in den Export dorthin.

Was haben wir in China konkret geplant: Erstens unseren Standort weiter ausbauen, zweitens den Anteil der lokal in China produzierten Teile auf über 85% ausbauen.. Und wir werden auch in China verstärkt auf das bereits im Rest der Welt erfolgreich etablierte Lifecycle-Geschäft setzen. Eine vielversprechende Nachfrage gibt es dort bereits.

Als Konsequenz aus diesen Maßnahmen rechnen wir damit, unseren Chinaumsatz bis 2026 von rund 300 Mio. € auf über 360 Mio. € zu steigern.

Chart 13: Digitale Geschäftsmodelle

Nun zu unseren Potenzialen bei digitalen Geschäftsmodellen.

Entscheidend für unseren diesbezüglichen Erfolg sind unsere in der Branche einzigartige Positionierung bei Cloud- und datenbasierter Software und das entsprechende Angebot unterschiedlicher, auf unsere Kunden zugeschnittene Produkte und Services.

Unsere Leistungen umfassen im Idealfall den gesamten Lebenszyklus einer Maschine: modular für Verbrauchsmaterialien und Service oder erweitert um das Prinect-Software-Angebot. Darüber hinaus nutzen bereits mehr als 70 Kunden das volle Subskriptionsmodell inklusive Maschine, bei dem nicht mehr für die einzelnen Komponenten, sondern performanceabhängig über die Anzahl der bedruckten Bogen bezahlt wird – was Heidelberg stetige, planbare Einnahmenströme über einen längeren Zeitraum und eine höhere Profitabilität für uns und unsere Kunden garantiert.

Insgesamt konnten wir unseren Anteil am Gesamtumsatz mit digitalen Geschäftsmodellen bereits seit 2018 von 5% auf 11% steigern.

Und 26% des Lifecycle-Umsatzes erzielt Heidelberg bereits mit Vertragsgeschäft.

Dabei können wir auf unser einzigartiges Daten-Know-how zurückgreifen. Heidelberg hat als globaler Marktführer mehr als 13.000 Druckmaschinen an die Heidelberg Cloud angeschlossen, rund 25.000 Heidelberg SW-Prinect-Module liefern ebenfalls wertvolle Daten.

Hervorzuheben ist dabei noch, dass bereits die Hälfte des Prinect-Umsatzes wiederkehrend ist!

Wir bündeln unsere digitalen Kundenschnittstellen unter der zentralen Kundenplattform Heidelberg Plus.

Darüber hinaus entwickeln wir unter dem Namen Zaikio als erster Anbieter eine zentrale, offene Industrieplattform für automatisiertes Lieferanten- und Kundenmanagement auf Basis moderner Cloud-Technologien.

Vor diesem Hintergrund werden wir in den kommenden Jahren die nutzungsbasierten Vertragsmodelle stark ausbauen, unser Prinect-Angebot vollständig auf cloudbasierte Vertragsmodelle umbauen, Zaikio um weitere Anwendungen erweitern und den chinesischen Markt mit spezifischen SaaS-Angeboten bedienen.

Dies soll uns dabei helfen, unsere Umsätze mit Vertragsangeboten in den nächsten fünf Jahren von rund 200 Mio. € auf über 450 Mio. € zu erweitern

Chart 14: E-Mobilität

Extrem spannend, und wir haben dies ja zuletzt auch mit mehreren Presseerklärungen dokumentiert, ist unser sehr erfolgreiches Engagement im Bereich E-Mobilität.

Ohne dies bislang an die große Glocke zu hängen, haben wir uns in wenigen Jahren zum führenden Anbieter im Ladeinfrastrukturbereich entwickelt. Nun ernten wir die Früchte unserer Anstrengungen.

So konnten wir den Umsatz mit unterschiedlichen Angeboten in 2020/21 auf über 20 Mio. € mehr als verdoppeln, die Wallboxerlöse haben sich dabei sogar vervierfacht. Und wir sind auch bereits profitabel mit unseren Aktivitäten!

Heidelberg hat seinen Marktanteil bei den privaten Ladesystemen in Deutschland auf aktuell 20% gesteigert. Und dies wollen wir mindestens halten!

Technologisch können wir ebenfalls glänzen: So haben uns ADAC und ÖATMC mit unserer Wallbox Home zum Eco-Test-Sieger gekürt.

Wir entwickeln unser Geschäft konsequent weiter: Die Ausgründung des Geschäfts in eine GmbH ist bereits erfolgt, was uns weitere Optionen für die Expansion bietet. Wir werden unser Angebotsportfolio genauso wie den europaweiten Vertrieb stark vorantreiben. Und wir streben strategische Partnerschaften im Bereich Ladesysteme, Abrechnung und Betrieb an. Auch hier hoffen wir, Ihnen bis Ende 2021 schon Details kommunizieren zu können.

Chart 15: E-Mobilität - 3. Produktionslinie

Und die Nachfrage nach unseren Ladestationen steigt weiter dynamisch.

Entsprechend wachsen auch unsere Produktionskapazitäten hier in Wiesloch. Nachdem wir bis Anfang 2021 bereits unsere Kapazitäten verdoppelt hatten werden wir bis Jahresende nochmals um 100% nachlegen. Die hier zu sehende, gerade gestartete 3. Produktionslinie ist bereits voll ausgelastet. Wir produzieren im 3-Schichtbetrieb an 5 Tagen die Woche. Und die 4. Linie ist bereits in Planung.

Die Aussichten beim Thema E-Mobilität stimmen mich fast schon euphorisch. So soll der Umsatz jährlich im mittleren zweistelligen Prozentbereich zulegen.

Und das Arbeitsgebiet dient für uns als Blaupause, weitere innovative Technologien zur Markt- und Serienreife zu bringen. So zum Beispiel beim Thema gedruckte Elektronik.

Chart 16: Perspektiven - Fazit

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

ich hoffe, ich konnte Ihnen den neuen Geist, den neuen Schwung und vor allem die neuen Perspektiven von Heidelberg verdeutlichen.

Daher von meiner Seite zum Schluss meiner Ausführungen ein klares Commitment: Wir wollen und werden alles dafür tun, um Mehrwert für unsere Kunden, unsere Aktionäre und unsere Mitarbeiter zu schaffen. Und dies nachhaltig!

Zum Abschluss nochmals kurz die zentralen Aussagen und Versprechen meiner heutigen Präsentation, die Sie aus dieser Hauptversammlung idealerweise mitnehmen sollten.

Heidelberg steht beim Thema finanzieller Turnaround kurz vor dem Ziel. Dank bereits deutlicher Ergebnisverbesserungen und der Fähigkeit zur Generierung substanzieller Cashflows sind wir zuversichtlich hier bald Vollzug melden zu können. Zudem ist dies eine sehr gute Basis für das geplante zukünftige Wachstum.

Dank der erfolgreich erledigten Hausaufgaben und der Fokussierung unseres Geschäfts wird Heidelberg zukünftig profitabler. Grundlage ist eine deutlich gesunkene und weiter sinkende Gewinnschwelle und unsere Fähigkeit von den anziehenden Märkten stärker zu profitieren.

Wir werden in Zukunft in unseren Kernmärkten profitabel wachsen, insbesondere im Verpackungsdruck, in China und bei den digitalen Geschäftsmodellen.

Darüber hinaus stehen wir erst am Anfang eines enormen Wachstumsschubs aus neuen innovativen Angeboten, zum Beispiel in der E-Mobilität und werden in Zukunft stärker außerhalb der Kernaktivitäten expandieren.

Die bekannte technologische Exzellenz von Heidelberg wird zudem ein starker Treiber für Wachstum bei den Megatrends Automatisierung und Plattformökonomie.

Wir konzentrieren uns künftig verstärkt auf interessante Wachstumsmärkte und sind zuversichtlich, hier mit unserer Technologieexzellenz erfolgreich sein zu können, ähnlich wie bei der E-Mobilität.

Wir werden uns in diesem Geschäftsjahr und darüber hinaus verstärkt dem Thema Nachhaltigkeit, also ESG, und somit den Kriterien: Umwelt, Soziales und Governance widmen. Entsprechend werden wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie deutlich anpassen und klare, nachvollziehbare Zielvorgaben definieren, an denen wir uns ebenfalls messen lassen. Ökologie und Ökonomie widersprechen sich nicht, sondern bedingen sich.

Heidelberg ist zurück, und davon sollen nicht nur Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, profitieren, sondern auch unsere großartigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, bei denen ich mich an dieser Stelle sehr herzlich für ihr phantastisches Engagement gerade in den zurückliegenden für uns alle besonderen Krisenzeiten bedanken möchte.

Ich freue mich darauf, unser Unternehmen mit Ihnen und für Sie in eine erfolgreiche Zukunft zu führen.

Herzlichen Dank für Ihr Vertrauen, wir beantworten nun gerne Ihre Fragen!

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.