

Sperrfrist bis Beginn der Rede!

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

Mittwoch, 26. Juli 2023

Congress Center Rosengarten, Mannheim

**Dr. Ludwin Monz
Vorstandsvorsitzender**

Es gilt das gesprochene Wort!

Titelblatt: Begrüßung

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

herzlich willkommen zur diesjährigen ordentlichen Hauptversammlung der Heidelberger Druckmaschinen AG, die nach drei Jahren rein virtueller Ausführung nun zum ersten Mal wieder vor Ort stattfindet. Es ist schön, Sie hier persönlich zu sehen.

Im gleichen Maße hatte ich im vergangenen Jahr die Chance, HEIDELBERG als Unternehmen nochmals persönlicher kennenzulernen. Sei es durch den informellen Austausch mit Mitarbeitenden auf allen Ebenen oder durch zahlreiche Besuche in den Märkten von Europa über Nordamerika bis nach Asien. Wenn es nur *ein* Einblick ist, den ich Ihnen als Aktionäre in das heutige HEIDELBERG geben möchte, dann ist es folgender: Überall auf der Welt habe ich Mitarbeitende getroffen, die gleichermaßen stolz sind in diesem Traditionsunternehmen zu arbeiten, jedoch auch motiviert, die dringend wichtigen Schritte in die Zukunft zu gehen.

Was ich an Stolz und Verbundenheit intern erlebt habe, das spiegelt mir auch regelmäßig unsere Kundschaft wider. Mit einer Maschine von HEIDELBERG zu arbeiten, das ist für viele Angestellte in der Druckindustrie immer noch etwas ganz Besonderes. Das zeigt sich an einem Ort auf unserem Werksgelände in Wiesloch sehr gut, nämlich in unserem Print Media Center. Dort präsentieren wir unser Unternehmen und unsere Produkte regelmäßig Kundinnen und Kunden und solchen, die es werden wollen. Beispielsweise unsere Bogenoffset-Maschinen für den Verpackungsdruck, oder Digitaldruck-Systeme für den Akzidenzdruck. Wenn Sie diesen Menschen beim Bedienen unserer Maschinen über die Schulter schauen, können Sie greifen, dass die Marke HEIDELBERG gleichermaßen Tradition und Zukunft vereint. Denn egal ob Auszubildende oder langjährige Kundinnen und Kunden – die Begeisterung packt sie alle.

Und genau darum geht es mir heute im Kern. In den kommenden 50 Minuten möchte ich Ihnen aufzeigen, wie wir unsere erworbenen Stärken der Vergangenheit nutzen wollen und neue für die Zukunft dazu gewinnen. Denn natürlich ist gerade der Blick in die Zukunft das, was Sie als Anteilseignerinnen und Anteilseigner interessiert.

Rückblick

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

auch als Aktieninhabende von HEIDELBERG blicken Sie auf ein bewegtes Jahr zurück. Es war geprägt durch Krisen und damit einhergehend enormen Herausforderungen. Die Häufung der politischen und wirtschaftlichen Verwerfungen war beispiellos in den letzten Jahrzehnten.

Wir begannen das Jahr mit fortgesetzten COVID-19-Lockdowns in China. Auch in Deutschland war die Pandemie noch nicht vorbei, und unser Arbeitsalltag war durch Abstand, Masken, mobiles Arbeiten und Videokonferenzen geprägt. Die wirtschaftlichen Auswirkungen spürten wir vor allem in China. Obwohl sich die Situation im zweiten Halbjahr wieder normalisierte, lag der Umsatz in China doch deutlich unter dem Vorjahr.

Aber die Pandemie hatte eine weitere Auswirkung, nämlich auf die Lieferketten. Viele Materialien und Teile waren gar nicht lieferbar oder nur mit erheblichen Verzögerungen. Das zweite, noch viel schwierigere Thema war aber der Angriff Russlands auf die Ukraine und der bis heute andauernde Krieg. Als Folge dessen mussten wir unser Geschäft in Russland aufgeben. Wir erlebten besonders in Deutschland und Europa eine enorme Inflation, getrieben durch die Erdgas- und Energiekrise. Diese Entwicklung hatte Kostensteigerungen in fast allen Bereichen zur Folge.

Die Auswirkungen auf die Wirtschaft, den SDAX und die HEIDELBERG Aktie haben Sie natürlich genauso verfolgt. Während der deutsche Leitindex DAX seit Anfang 2022 um rund 3 Prozent fiel, brach der SDAX sogar um mehr als 20 Prozent ein. Noch deutlicher zeigte sich die Entwicklung beim Industrial Machinery Index, der knapp 33 Prozent verlor. Auch die HEIDELBERG Aktie geriet deutlich unter Druck. Nach einem Startkurs von 2,42 € am 1. April letzten Jahres erreichten wir am 29. November mit 1,11 € unseren Jahrestiefststand. Die schrittweise Entspannung der Energiepreise und die Veröffentlichung der Zahlen zum Halbjahr am 9. November 2022 führten dann zu einer leichten Erholung des Aktienkurses. Zum Ende des Geschäftsjahres ließen Sorgen um die Stabilität des Bankensektors die Kurse noch einmal etwas schwächeln. Der Blick auf das neue Geschäftsjahr zeigt, dass Sie, liebe Investorinnen und Investoren, ganz genau beobachten, wie wir gerade agieren. Unsere Ad-hoc-Nachricht bezüglich einer positiven Abweichung von unserem Ausblick für das abgelaufene Geschäftsjahr 2022/2023 wurde von einem Kurssprung begleitet. Auf unseren vorsichtig optimistischen Ausblick für das neue Geschäftsjahr 2023/2024 auf der Bilanzpressekonferenz hingegen haben Sie verhalten reagiert. Lassen Sie uns darauf in den nächsten Minuten noch einmal etwas genauer schauen.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

trotz der eingangs genannten Herausforderungen haben wir das vergangene Geschäftsjahr 2022/2023 gut abgeschlossen. Es endete am 31. März 2023, und ich möchte Ihnen nun die wichtigsten Finanzkennzahlen vorstellen:

Chart 2: Geschäftsjahr 2022/23 im Überblick: Deutliche Erholung gegenüber Vorjahr

Im vergangenen Jahr war ein entscheidendes Kriterium, mit dem Inflationsumfeld Schritt zu halten und steigende Kosten durch Preiserhöhungen zu kompensieren. Im intensiven Dialog mit unseren Kundinnen und Kunden ist uns das gelungen. Dank eines starken Schlussquartals lag der Umsatz im abgelaufenen

Geschäftsjahr 2022/2023 mit rund 2,435 Mrd. € leicht über dem prognostizierten Wert von rund 2,3 Mrd. €. Zum Vergleich: Im Vorjahr lag der Umsatz bei 2,183 Mrd. €. Insbesondere ein starkes Wachstum im Segment Packaging Solutions trug zum Ergebnis bei. Der Auftragsbestand lag zum 31. März 2023 mit rund 848 Mio. € auf einem weiter hohen Niveau

Beim EBITDA machten sich insbesondere die Preisanpassungen und die positive Umsatzentwicklung bemerkbar. Die EBITDA-Marge übertraf mit 8,6 Prozent den angestrebten Wert von mindestens 8 Prozent. Bereinigt um die darin enthaltenen Erträge aus dem Verkauf von Anlagevermögen lag die EBITDA-Marge bei 7,2 Prozent. Das entspricht einer deutlichen Steigerung im Vergleich zum Vorjahr, als der bereinigte Wert bei 5,1 Prozent lag.

Das Ergebnis nach Steuern lag bedingt durch das höhere absolute EBITDA sowie einmalige Entlastungen im Finanz- und Steuerergebnis bei 91 Mio. €. Dementsprechend überstieg es die Prognose einer leichten Verbesserung gegenüber dem Vorjahr von 33 Mio. € deutlich. Das Ergebnis nach Steuern lag auch oberhalb der Markterwartung, die die Prognose im Geschäftsjahresverlauf bereits übertroffen hatte.

Deutlich erhöhte neue syndizierte Kreditlinie mit längerer Laufzeit abgeschlossen

Die Finanzverbindlichkeiten als Summe von Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und Leasingverbindlichkeiten konnten im abgelaufenen Berichtszeitraum durch Tilgungen von Krediten und Darlehen reduziert werden und betragen 102 Mio. € (Vorjahr: 135 Mio. €).

Mit unseren langjährigen Bankpartnern haben wir uns nach der Vorlage unseres Jahresabschlusses zwischenzeitlich auf eine neue syndizierte Kreditlinie geeinigt, die wir vor einigen Tagen gemeinsam unterzeichnet haben. Diese läuft bis zum Juli 2027 und ist zudem mit nunmehr 350 Mio. € um rund 100 Mio. € deutlich angehoben worden. Unsere verbleibenden kleineren Restbeträge von Krediten und Förderdarlehen in Deutschland mit kurzer Restlaufzeit haben wir in diesem Zuge im Rahmen einer Bereinigung unserer Finanzverbindlichkeiten vollständig abgelöst. Diese langfristige Neuaufstellung und Ausweitung unserer Finanzierung stellt ein solides Fundament für die weitere strategische Entwicklung des Unternehmens dar. Diese Kreditmöglichkeit können wir perspektivisch durch den Einbau entsprechender Nachhaltigkeitskennzahlen in einen sogenannten Sustainability-Linked-Loan weiterentwickeln.

Meine Damen und Herren, ich möchte mich an dieser Stelle bei unseren Finanzierungspartnern für die vertrauensvolle Zusammenarbeit in den letzten Jahren bedanken. Damit haben wir den Rücken frei, das Unternehmen nun strategisch auf die nächste Stufe zu führen.

Chart 3: Free Cashflow getragen durch Einmaleffekte

Es gibt ein Thema, auf das ich ein besonderes Augenmerk legen möchte – heute, aber auch in den kommenden Jahren. Der Free Cashflow lag im letzten Geschäftsjahr mit 72 Mio. € unter dem Vorjahreswert (88 Mio. €). Der Cashflow profitierte dabei, so wie in den Vorjahren, von Einmaleffekten, wie beispielsweise Grundstücksverkäufen. So konnten wir durch den Verkauf von Grundstücken in Wiesloch und im Ausland den Cashflow noch einmal positiv beeinflussen.

Der operative Cashflow profitierte von der verbesserten Ergebnissituation, wurde jedoch durch den volumenbedingten Bestandsaufbau negativ beeinflusst. Die Nettofinanzposition, das heißt der Saldo aus liquiden Mitteln und Finanzverbindlichkeiten, stieg zum Ende des Berichtszeitraums auf 51 Mio. € an (Vorjahr: 11 Mio. €). Fortschritte verzeichnete HEIDELBERG bei der Eigenkapitalquote, die neben dem Anstieg des Rechnungszinssatzes für Pensionen im Inland und der planmäßigen Neubewertung von Grundstücken vor allem aufgrund des positiven Nachsteuerergebnisses zum Geschäftsjahresende auf rund 23 Prozent zulegte (Vorjahr: 11 Prozent).

Chart 4: Wertsteigerungsprogramm

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

Gerade dem Cashflow müssen und werden wir in Zukunft große Aufmerksamkeit schenken. Denn wir können nicht – wie in den zurückliegenden Jahren – immer wieder Teile unserer Grundstücke oder andere Vermögenswerte veräußern. HEIDELBERG hat einen Punkt erreicht, ab dem das Geld für Investitionen durch die operative Geschäftstätigkeit erwirtschaftet werden muss. Hinzu kommt, dass sich zwar die Profitabilität von HEIDELBERG aus der operativen Geschäftstätigkeit in den vergangenen Jahren verbessert hat – aber das Niveau ist immer noch unbefriedigend und gibt uns wenig Spielraum für Investitionen und für die Finanzierung der strategischen Initiativen.

Um das Wachstum der Zukunft zu finanzieren, sowie grundsätzlich die Finanzkraft und Resilienz von HEIDELBERG zu stärken, haben wir daher ein umfassendes, globales Wertsteigerungsprogramm ins Leben gerufen.

Möglicherweise haben Sie in der Presse schon von unserem Wertsteigerungsprogramm gelesen, da wir es im Zuge der Bilanz-Pressekonferenz erstmals extern vorgestellt haben.

Ihnen als Aktionärinnen und Aktionären möchte ich einen zum heutigen Stand möglichst detaillierten Blick auf unser Vorhaben bieten. Mit dem Programm verfolgen wir sowohl schnell wirksame, kurzfristige als auch langfristige Ziele.

Einerseits heißt das, dass wir durch das Programm schon dieses Geschäftsjahr die finanziell ausgegebenen Ziele des Ausblicks unterstützen werden. Lassen Sie mich an ein paar Beispielen ausführen, was das bedeutet. Kurzfristig umfasst das Programm beispielsweise eine genauere Betrachtung und Anpassung unserer Preisstruktur. Gerade in einem fast gänzlich globalen Inflationsumfeld ist es wichtig, dass wir uns systematisch mit diesem Thema befassen und im Einklang mit den Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden die Preise für Produkte und Services anpassen. Parallel dazu analysieren wir das Produktportfolio, um im sich dynamisch ändernden Umfeld immer genau jene Produkte anbieten zu können, die einerseits Bedürfnisse der Kundschaft erfüllen und andererseits gewinnbringend sind. Letztlich müssen wir den Blick auch nach innen wenden und Prozesse weiter optimieren und verschlanken – auch das wird schon dieses Jahr notwendig sein, um die gesteckten Ziele zu erreichen.

Mir ist wichtig Ihnen gegenüber, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, zu betonen: wir schauen uns HEIDELBERG gesamtheitlich an und drehen jeden Stein um. Deshalb denken wir auch langfristig und agieren nach dem Prinzip: „Heute die Weichen für Innovationen und Wachstum von morgen stellen“. Mittelfristig möchte HEIDELBERG, das ist mir wichtig, mit dem Wertsteigerungsprogramm den Free Cashflow signifikant steigern. Wir werden die dafür notwendigen Ressourcen aus eigener Kraft so bereitstellen und so umverteilen, dass wir unsere Wachstumsstrategie erfolgreich umsetzen können. Diese Strategie werde ich Ihnen gleich im Detail vorstellen.

So viel schon jetzt: Im Kerngeschäft Druck müssen wir in den kommenden Jahren einen nachhaltig erfolgreichen Schritt in den Markt der Digitaldruckmaschinen machen und wollen zusätzlich neue Technologiefelder besetzen – die finanziellen Ressourcen, die es dafür benötigt, setzen wir mit dem Wertsteigerungsprogramm frei.

Chart 5: Auftragseingang und Umsatz steigen in Druck-Segmenten

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

am Ende kann es gute Geschäftszahlen nur mit einem gut laufenden Verkauf unserer Produkte geben. Daher freut es mich sehr, dass sich im vergangenen Geschäftsjahr eine erfreuliche Umsatzentwicklung im Kerngeschäft zeigte. Wenn wir die einzelnen Segmente von HEIDELBERG anschauen, fällt auf, dass der Umsatz in beiden Kategorien des Druckmarktes gestiegen ist, auch wenn sie sich strukturell unterscheiden.

Der Verpackungs- und Etikettendruck – den wir mit unserem Segment Packaging Solutions abdecken – ist das am stärksten wachsende Segment im weltweiten Druckmarkt. Hier lag unser Auftragseingang mit rund 1,2 Mrd. € zum Stichtag gut 7 Prozent über dem Vorjahreswert. Hoher Auftragsbestand und gute

Auftragslage sorgten dafür, dass der Umsatz im Bereich Packaging Solutions im Jahresverlauf um rund 25 Prozent gestiegen ist. Das ist sehr erfreulich.

Neben dem Neumaschinengeschäft konnten wir auch Zuwächse im Bereich Verbrauchsmaterialien und Service verzeichnen. Das bestätigt uns in unserer zweigleisigen Geschäftsstrategie: HEIDELBERG muss künftig verstärkt in den Wachstumsmarkt Verpackungsdruck investieren.

Der Akzidenz- und Werbedruck wird bei uns durch das Segment Print Solutions abgedeckt. Es hat sich in einem herausfordernden Umfeld behauptet. Einerseits lag zwar der Auftragseingang zum Jahresende rund 5 Prozent unter dem Vorjahreswert. Der Print-Solutions-Umsatz entwickelte sich aber robust und stieg im Vergleich zum Vorjahr um rund 4 Prozent an. Hierbei war sehr wichtig, dass wir im Dialog mit unserer Kundschaft Preiserhöhungen durchsetzen konnten, um den Kostenerhöhungen zu begegnen.

Im Kontrast zum Druckmarkt des vergangenen Geschäftsjahres verzeichnete das Wallbox-Geschäft in unserem Segment Technology-Solutions sehr starke Rückgänge bei Auftragseingang und Umsatz.

Was ist passiert? Die deutsche Förderpolitik für Elektromobilität hat sich geändert. Noch im vorletzten Geschäftsjahr kurbelte eine Wallbox-Förderung unser Geschäft stark an. Solche Kaufanreize fehlten nun leider im vergangenen Geschäftsjahr. Lange Lieferzeiten für Elektrofahrzeuge und Unsicherheiten über die Entwicklung der Energiepreise sorgten zusätzlich dafür, dass das Wallbox-Geschäft schwächer ausfiel.

Sowohl Auftragseingang als auch Umsatz lagen hier mit minus 57 Prozent deutlich unter den Vorjahreswerten. Wie gesagt, der Rückgang war hauptsächlich eine Folge des ausgelaufenen Förderprogramms. Wir sind zuversichtlich, dass Elektromobilität ein langfristiger Wachstumsmarkt ist und sich dieser Trend wieder umkehrt. Wir haben daher auch weiter in das Geschäft investiert. Beispielsweise haben wir den CEO-Posten unserer Elektromobilitätstochter Amperfiel mit einem erfahrenen Experten aus der Elektrofahrzeugbranche besetzt. Er wird unser Wachstum im Bereich Ladelösungen für Elektromobilität vorantreiben, sowohl durch eine Weiterentwicklung des Produktportfolios als auch durch eine Ausweitung unseres Vertriebs. Dazu später mehr.

Das Potenzial der Elektromobilität bleibt unverändert groß. In der EU dürfen ab 2035 neuzugelassene Fahrzeuge kein CO₂ mehr ausstoßen. Anfang 2023 gab es aber bei 48,8 Millionen zugelassenen Pkw in Deutschland erst rund 1 Million reine Elektroautos. Die Umstellung auf emissionsfreien Verkehr wird damit noch Jahre dauern. Parallel muss die nötige Ladeinfrastruktur entstehen. Von dieser Entwicklung möchte HEIDELBERG profitieren.

Meine sehr geehrten Damen, meine Herren,

mein Zwischenfazit aus der Analyse der Finanzkennzahlen lautet: Wir haben trotz Gegenwinds unsere führende Position im Kernmarkt der Druckindustrie stabilisiert und uns finanziell wieder fit gemacht, um zukünftig weitere Wachstumspotenziale für HEIDELBERG zu heben. Das geschieht mit einer konsistenten Strategie, die ich Ihnen nun erläutern möchte.

Chart 6: Die HEIDELBERG Strategie

Wie viele von Ihnen nur zu gut wissen, durchläuft die Druckindustrie und damit auch unser Unternehmen nach wie vor einen tiefgreifenden Wandel. Umso wichtiger ist es, den Weg von HEIDELBERG festzulegen. Das wichtigste Ziel der Strategie ist es, HEIDELBERG so aufzustellen, dass es wirtschaftlich erfolgreich sein kann.

HEIDELBERG verfolgt eine zweigleisige Strategie: Einerseits konzentrieren wir uns auf unser Kerngeschäft im Druckmarkt. Wir nutzen die Stärke unserer Marke und unsere herausragende Kompetenz, um auch weiterhin der Technologieführer der Druckmaschinenindustrie zu sein. Wir möchten und werden den Druckmarkt über das Geschäft mit Bogenoffset-Maschinen hinaus prägen – vor allem im Verpackungsmarkt und Digitaldruck.

Andererseits suchen wir systematisch nach neuen Geschäftsfeldern, die zu uns passen und irgendwann einmal zusätzliches Geschäft generieren können. Die Ladetechnik mit den Wallboxen ist ein Beispiel dafür.

Klar ist aber: Nur wenn wir mit unserem Kerngeschäft erfolgreich sind, können wir es uns überhaupt leisten, Neues auszuprobieren. Und es wird viele Jahre dauern, bis das Neugeschäft so viel Substanz hat, dass es eine vergleichbare Größe wie das Kerngeschäft entwickeln kann.

Chart 7: Druckmarkt

Wie aber soll das gehen, im Druckmarkt zu wachsen? Richtig ist, dass der Markt der Bogenoffset-Maschinen in den letzten 20 Jahren erheblich geschrumpft ist. Der Bogenoffset-Markt hat heute eine Größe von rund 2 Mrd. €. Gleichzeitig ist aber der Markt der Digitaldruckmaschinen, zusammen mit den zugehörigen Verbrauchsmaterialien und Service, erheblich gewachsen und er wächst weiter. Der von uns adressierbare Digitaldruckmarkt hat heute ein Volumen von etwa 5 Mrd. €, ist also mehr als doppelt so groß wie der Bogenoffset-Markt. Im Vergleich dieser beiden Märkte gibt es noch einen wichtigen Unterschied: im Digitaldruckmarkt entfällt mehr als die Hälfte des Umsatzes auf Service und Verbrauchsmaterialien, also auf Tinte oder Toner. Das Geschäft mit Verbrauchsmaterialien ist weitaus profitabler als das Geschäft mit den Maschinen. Auch deshalb ist der Digitaldruckmarkt für uns so interessant.

Doch wo stehen wir mit Blick auf diese Ambition? Diese Frage dürfte sich einigen von Ihnen als langjährige Aktionärinnen und Aktionäre insbesondere mit Blick auf den Digitaldruck stellen. Um das zu beantworten, möchte ich auf vier Produkte von HEIDELBERG genauer eingehen, die exemplarisch für die zweigleisige strategische Ausrichtung auf Wachstumsbereiche stehen: für das Verpackungssegment die Speedmaster XL106 und die vor kurzem vorgestellte Boardmaster, die digitale Label-Druckmaschine Gallus One sowie unsere neue Wallbox, die speziell für heimische Photovoltaikanlagen ausgelegt ist.

Chart 8: Faltschachtelmarkt

Neue Speedmaster XL 106 von HEIDELBERG steigert Produktivität und ist weltweit schnellste Bogenoffset-Druckmaschine

Mit einer Innovation im Bogenoffsetdruck haben wir abermals unsere Technologieführerschaft in diesem wichtigen Markt unterstrichen. Die optional für die Speedmaster XL 106 auf bis zu 21.000 Bogen pro Stunde gestiegene Druckgeschwindigkeit macht das Hochleistungssystem zur schnellsten Bogenoffset-Druckmaschine der Welt, mit der jetzt auch in der Faltschachtelproduktion ein Output von über 100 Millionen Drucke im Jahr möglich ist. Besonders attraktiv ist diese Maschine für Produzenten von Verpackungsanwendungen im Format 70 x 100, die nach einem immer höheren Maschinenoutput und durchgehender Automatisierung verlangen. Gerade für diese Anwender ist die von 18.000 auf bis zu 21.000 Bogen pro Stunde gestiegene Druckgeschwindigkeit der Speedmaster XL 106 besonders attraktiv. Der wirtschaftliche Nutzen je nach Kundschaft ist eine acht bis zehn Prozent höhere Nettoleistung und – ein Ausschöpfen des vollständigen Produktivitätspotenzials vorausgesetzt – eine Amortisation innerhalb von rund zwei Jahren.

Um dies zu erreichen, hat HEIDELBERG rund 200 Komponenten des Gesamtsystems vom Anleger bis zum Ausleger der Maschine optimiert. Beispielsweise treiben künftig zwei Servo-Motoren den Anleger direkt an und im Ausleger sorgen gewichtsreduzierte und an die neue Geschwindigkeit angepasste Greiferbrücken für einen stabilen und sicheren Betrieb. Der Markterfolg gibt uns Recht: Erst kürzlich verkaufte HEIDELBERG insgesamt das 20.000. Druckwerk seiner Bogenoffset-Maschine Speedmaster XL106.

Und wie Sie sich vielleicht aus dem Vorjahr erinnern, spielt das Subskriptions-Modell bei uns weiterhin eine wichtige Rolle. Im Rahmen einer Einweihungsfeier mit rund 40 Gästen nahm die Firma WEIG Packaging am Standort in Emskirchen (Bayern) im April 2023 die erste in Deutschland aufgestellte Speedmaster XL 106 mit 21.000 Bogen pro Stunde in Betrieb. Mit zwei weiteren Speedmaster XL 106 Systemen werden dort in großem Maßstab Faltschachteln produziert.

Die Druckerei ist auch das erste Unternehmen, das die neue Maschine im Rahmen des ausgebauten „Subscription Plus Modells“ mit den Partnern HEIDELBERG und Munich Re geordert hat. Sie bezahlt in diesem Modell ausschließlich für eine produktive industrielle Leistung, also für die Anzahl der bedruckten

Bogen. Der Preis schließt Maschine, Software, alle benötigten Verbrauchsmaterialien sowie den Service ein.

Dank der Subskriptions-Partnerschaft konnte die Produktivität bei unserem Kunden WEIG signifikant gesteigert werden. Mit der jüngsten Investition wurde, so sagte kürzlich der Geschäftsführer der Firma WEIG, ein neues Fundament der Partnerschaft mit HEIDELBERG und der Munich Re gelegt. Bei dem Modell sind die Interessen des Kunden und von HEIDELBERG gleichgerichtet. Wir profitieren durch einen höheren Output des Kunden, dieser von der Steigerung der Produktivität.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

Besonders freut es mich, auch in diesem Kreis eine Innovation vorzustellen, die gleichermaßen das Interesse von neuen Kundinnen und Kunden wie auch der weltweiten Fachpresse erregte. Unsere Boardmaster, die als Weltpremiere im Mai 2023 auf der internationalen Fachmesse für Verpackungen „Interpack“ vorgestellt wurde.

Produktivitätsverdopplung in der Verpackungsproduktion:

HEIDELBERG stellt neue Boardmaster vor

Bei der neuen HEIDELBERG Boardmaster handelt es sich um ein Flexorollendrucksystem, das mit einer Maschinenverfügbarkeit von bis zu 90 Prozent und einer maximalen Druckgeschwindigkeit von 600 Metern pro Minute für eine Produktivitätsverdopplung im Vergleich zur Vorgängergeneration sorgt. Dies führt zu einer drastischen Senkung der Gesamtbetriebskosten in der industriellen Verpackungsproduktion. Ein derart wettbewerbsfähiges Produkt ist für uns wichtig, denn der Verpackungs- und Etikettendruck verzeichnet dank einer global steigenden Nachfrage nach verpackten Waren ein strukturelles Wachstum und ist für HEIDELBERG ein wichtiges Kernsegment.

Mit der Weltpremiere unserer HEIDELBERG Boardmaster erfüllen wir zentrale Kundenanforderungen des Verpackungsmarktes: Kostendruck, Produktivität, Fachkräftemangel und Nachhaltigkeit. Der Flexodruck ist mittlerweile neben dem Offsetdruck die wichtigste Drucktechnologie im Verpackungsmarkt. Heute werden bereits rund 15 Prozent des Volumens an Faltschachteln im Flexoverfahren hergestellt – Tendenz weiter steigend. So weist das Flexodruckproduktionsvolumen von Faltschachteln innerhalb des Verpackungsdrucks mit 2,4 Prozent ein überproportionales Wachstum auf.

Insbesondere internationale Markenkonzerne stellen neben der Druckqualität immer höhere Anforderungen an die Nachhaltigkeit bzw. Recyclingfähigkeit ihres gesamten Verpackungs-sortiments und verzichten zunehmend auf Plastik. Laut einer aktuellen Studie von Smithers wird im Bereich Lebensmittel mittelfristig der Anteil an faserbasierten Verpackungen, z.B. aus Karton oder Papier, die heute noch mit Abstand dominierenden Kunststoffverpackungen überholt haben. Papierverpackungen werden demnach dann mit über 40 Prozent an der Spitze stehen. Die neue HEIDELBERG Boardmaster

eignet sich insbesondere für Faltschachtelanwendungen im Bereich Lebensmittel und Getränke, die sich weltweit aufgrund einer global steigenden Nachfrage nach verpackten Produkten zunehmender Beliebtheit erfreuen.

Und nicht zuletzt ist der Verpackungsmarkt der Bereich der Druckindustrie mit dem stärksten Wachstum – mit 2 Prozent Zuwachs beim Druckvolumen pro Jahr. Erfreulicherweise hat HEIDELBERG im Geschäftsjahr 2022/2023 schon rund die Hälfte seines Umsatzes im Segment Packaging Solutions erwirtschaftet.

Chart 9: Wichtiger Schritt in den Digitaldruck: Die Gallus One

Ich hatte betont, dass wir als HEIDELBERG auch weiter Fuß im Digitaldruck fassen möchten, meine Damen und Herren. Denn dieses Segment des Druckmarktes wächst und es passt hervorragend zu HEIDELBERG. Für den Einstieg in den Digitaldruck setzen wir zunächst auf das starke Wachstum in einem Nischensegment, das auch hohe Gewinne verspricht, nämlich auf den Etikettendruck. Dieses Segment ist ein Vorreiter der Digitalisierung. Mit einem ganzheitlichen Lösungsangebot will HEIDELBERG die daraus entstehenden Chancen nutzen. Ein klarer Beleg dafür ist die neu entwickelte digitale Etikettendruckmaschine Gallus One. Sie verbindet einen hohen Automatisierungsgrad mit umfassender Konnektivität und niedrigen Gesamtkosten über die Lebenszeit.

Die Branchen-Prognose lautet, dass das weltweite Druckvolumen des Etikettendrucks von 29 Mrd. € im Jahr 2022 auf 32 Mrd. € im Jahr 2027 expandiert. Dabei gibt es eine klare Tendenz in Richtung digital mit einem überproportionalen Wachstum. Die Gallus One ist das erste sichtbare Produkt aus unserem aktuellen Innovationszyklus, das den digitalen Etikettendruck in die Breite des Wachstumsmarktes bringt.

Die Gallus One steht auch für die Integration unserer Schweizer Tochter Gallus in den Konzern. Verbindet sie doch die Technologiekompetenz von HEIDELBERG im Digitaldruck und der Software mit dem Applikationswissen und Marktzugang von Gallus im Etikettendruck. So haben bei der Entwicklung der Gallus One Fachleute aus drei Standorten, nämlich St. Gallen, Langöns und Wiesloch, zusammengearbeitet. Die Gallus One ist die erste Lösung, die wir mithilfe eines neuen Baukastens zusammengestellt haben. Das Ergebnis ist nicht nur höchste Druckqualität und Effizienz – zum Beispiel beim Energieverbrauch – sondern auch ein hoher Grad der Automatisierung und Konnektivität. Gegenwärtig entwickeln wir aus diesem Baukasten heraus weitere Innovationen.

Im Akzidenzbereich gewinnt der Digitaldruck ebenfalls mehr und mehr an Bedeutung. Rund 30 Prozent des Druckvolumens in diesem Segment entfallen bereits auf das Verfahren. HEIDELBERG bietet in Partnerschaft mit der Firma Ricoh in diesem Markt die Digitaldruckmaschine Versafire an. Die meisten unserer Kunden kombinieren im Akzidenzdruck den Offset- mit dem Digitaldruck, um eine maximale Flexibilität zu haben. Für sie ist die Integration des Digitaldrucks in ihren bestehenden

Produktionsworkflow daher von entscheidender Bedeutung. Dazu bietet HEIDELBERG eine Lösung mit der hauseigenen Workflow-Software Prinect. Das Prinzip «Zwei Druckverfahren – eine Workflow-Technologie» vereinfacht die Prozesse in der Herstellung von Druckerzeugnissen enorm und trägt entscheidend zu einer standardisierten Produktion und dem Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit bei.

Vom Trend zu Solaranlagen profitieren: Neue Wallbox von Amperfiel

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

so viel zum Bereich Druck. Damit komme ich zum zweiten Track der Strategie, nämlich den neuen Geschäftsfeldern.

Chart 10: Elektromobilität

Und hier zu einer Ausgründung von HEIDELBERG, die Sie als Aktionäre und Aktionärinnen besonders im Blick haben: Mit seinen Ladelösungen für Elektroautos hat sich HEIDELBERG mit seiner Tochtergesellschaft Amperfiel GmbH im Bereich der Privathaushalte in Deutschland erfolgreich im Wachstumsmarkt der E-Mobilität positioniert. Um künftig eine größere Kundenbasis anzusprechen, wird die Expansion ins europäische Ausland weiter vorangetrieben sowie das Lösungsangebot für den öffentlichen und halböffentlichen Bereich erweitert. Zudem wird das Produktportfolio um eine Wallbox mit Solarfunktion erweitert, um vom Trend der zunehmenden privaten Photovoltaik-Installationen zu profitieren.

Denn die Photovoltaik (PV) ist eine der am schnellsten wachsenden Technologien für die Energiewende in Deutschland. Schon heute werden neue Solarstromanlagen auf Eigenheimen fast zur Hälfte mit einer Wallbox kombiniert. Hierzu erweitern wir unser Produktportfolio um eine Wallbox mit Solarfunktion. Damit bieten wir unseren Kunden eine Lösung made in Germany, die mit geringstem Aufwand die Versorgung eines Elektroautos mit dem selbst erzeugten Solarstrom ermöglicht. Das System hat zwei große Vorteile: 1. die Wallbox wird direkt mit der Solaranlage verbunden – es werden keine weiteren Komponenten benötigt. 2. Schon bei einer Solarleistung von 1,4 kW, zum Beispiel bei bewölktem Himmel, kann das Auto geladen werden. Hierfür sorgt eine innovative Elektronik, die je nach verfügbarer Leistung, zwischen einphasigem Laden und dreiphasigem Laden umschaltet. Damit ist die Wallbox auch für Eigenheimbesitzer geeignet, die schon über eine PV-Anlage verfügen und nur eine passende Wallbox für optimiertes Laden des Elektroautos benötigen. Einfach Wallbox und Leistungsmessgerät mit dem Hausnetz verbinden – fertig.

Bislang lag der regionale Fokus des Geschäftes mit Ladelösungen auf Deutschland. Wir planen im neuen Geschäftsjahr die weitere vertriebliche Expansion ins europäische Ausland und haben hierzu bereits erste Fortschritte erzielt. Neben den Heimatmärkten Deutschland, Österreich und Schweiz stehen nun

Frankreich, Benelux, Spanien, Italien und Polen im Mittelpunkt, da sich hier mit unserem aktuellen Portfolio die größten Absatzchancen eröffnen.

Chart 11: Aktivitäten im Nachhaltigkeitsmanagement verstärkt.

Elektromobilität hilft bei der Energie- und der Verkehrswende in Deutschland und Europa. Sie ist auch ein Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit. Die Aktivitäten von HEIDELBERG in Sachen Nachhaltigkeit sind aber nicht auf die Elektromobilität beschränkt. Darauf möchte ich nun eingehen: Nachhaltigkeit ist für uns vielmehr in sehr vielen Geschäftsbereichen zur Grundlage des Wirtschaftens geworden – auch in unserem Kerngeschäft mit Druckmaschinen. Grund dafür sind einerseits neue gesetzliche Regelungen. Aber auch unsere Kundinnen und Kunden fordern zunehmend Nachhaltigkeit in Produktion und Betrieb ein. Nicht zuletzt wollen wir auch aus eigener Überzeugung nachhaltig werden nach dem Motto: Wir denken Zukunft.

Wenn es um Nachhaltigkeit geht, haben wir einen Fixstern bei HEIDELBERG. Unser Ziel ist es, in unserer Branche den geringsten ökologischen Fußabdruck entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu haben. Um dieses ambitionierte Ziel zu erreichen, setzen wir auf klimaneutrale Produktions- und Vertriebsstandorte. Zusätzlich entwickeln wir nachhaltige Produkte und Lösungen, die unserer Druckereikundschaft dabei helfen, Energie und Rohstoffe einzusparen.

Vor zwei Jahren haben wir uns das Ziel gesetzt, bis 2030 an allen Standorten mit Kompensationsmaßnahmen klimaneutral sein. Dies gilt mit Blick auf Emissionen, die bei HEIDELBERG entstehen und mit dem Einkauf von Energie verbunden sind. Ab 2040 wollen wir das auch ohne den Zukauf von Emissionszertifikaten schaffen. Um dieses Ziel zu erreichen, müssen wir bei den großen Emittenten ansetzen. Wir können schon heute auf zählbare Erfolge zurückblicken. Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben wir es geschafft, durch Flächenverdichtung und Energieeffizienzmaßnahmen rund 28 Prozent der CO₂-Emissionen einzusparen.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

Nachhaltigkeit bedeutet für uns in Zukunft auch nachhaltige Stromproduktion. Und damit starten wir gezielt in unserer Gießerei in Amstetten. Sie hat dafür ideale Voraussetzungen, da sie den Stahl mit Wärme aus Strom erzeugt. In Amstetten kommen Umwelt-Notwendigkeit und wirtschaftlicher Sinn zusammen. Gleichzeitig gehen wir dort einen wichtigen Schritt hin zu grün produziertem Stahl aus Deutschland. In Kürze werden wir am Standort eine Photovoltaikanlage mit einer Leistung von 3.600 kWp einweihen. Der zukünftige Jahresertrag von rund 3,6 Megawatt-Stunden Strom wird nahezu komplett am Standort verbraucht werden. Die Anlage deckt dann etwa fünf Prozent des enormen Strombedarfs am Standort ab. Sie sehen allein an dieser Vergleichsgröße wie wichtig es ist, nachhaltige Lösungen nun anzugehen.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben wir zum ersten Mal unseren CO₂-Unternehmensfußabdruck gesamtheitlich ermittelt. Den größten Anteil daran haben die so genannten Scope-3-Emissionen. Also Emissionen, die durch Logistik, eingekaufte Waren und Dienstleistungen und die Produktnutzungsphase bei unserer Kundschaft entstehen. Im Vergleich zu anderen Unternehmen fallen wir hier nicht aus dem Rahmen, insbesondere wenn Produkte einen hohen Energiebedarf haben, sind diese in der Regel ein Emissionstreiber.

Gerade das bestärkt uns jedoch in unseren Bestrebungen, unsere Produkte umweltgerecht zu entwickeln und dabei einen Fokus auf Energie- und Ressourceneffizienz zu legen.

All das dient der zukunftssicheren Aufstellung des Unternehmens. Denn je früher wir an den Punkt kommen, dass wir Emissionen vermeiden, desto weiter sind wir davon entfernt mit kostspieligen kurzfristigen Maßnahmen auf künftige Gesetzesverschärfungen reagieren zu müssen.

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

ich komme nun zu unseren Erwartungen für die wirtschaftliche Entwicklung von HEIDELBERG im neuen Geschäftsjahr 2023/2024. Wie erwähnt, wurden mit der finanziellen Gesundung des Unternehmens in den letzten Jahren gute Voraussetzungen für eine positive Entwicklung geschaffen. Der weiter fortschreitende Wandel des Druckmarktes, die enormen Herausforderungen und Unsicherheiten in der Entwicklung der Weltwirtschaft, sowie die unverändert hohe Inflation erfordern allerdings weitere Anstrengungen, die wir mit dem Wertsteigerungsprogramm bündeln. Dieses Programm wird uns auch die Luft verschaffen, uns strategisch weiterzuentwickeln und unserer Dual-Track-Strategie umzusetzen. Die gute Auftragslage stimmt uns für das neue Jahr optimistisch, während die fragile weltwirtschaftliche Situation und die herausfordernde politische Lage zur Achtsamkeit mahnen. Insbesondere die weitere Entwicklung des Krieges zwischen Russland und der Ukraine und die damit im Zusammenhang stehenden wirtschaftlichen Auswirkungen bleiben unkalkulierbar. Das Geschäft in Russland selbst mussten wir einstellen, nachdem nahezu alle Produkte und Ersatzteile von HEIDELBERG von den Exportbeschränkungen der Europäischen Union im Zusammenhang mit den Sanktionen gegen Russland erfasst sind.

Chart 12. Ausblick 2023/2024: Von weltwirtschaftspolitischen Unsicherheiten geprägt

Auch das neue Geschäftsjahr wird weiterhin von außergewöhnlich herausfordernden Rahmenbedingungen geprägt sein. So gibt es rezessive Tendenzen in wichtigen Märkten, auf die auch die inversen Zinskurven hinweisen. Wir müssen mit nicht vorhersagbaren Störungen des Welthandels als Auswirkungen des fortgesetzten Krieges Russlands gegen die Ukraine umgehen. Und schließlich bestimmen auch andere geopolitische Spannungen die Unsicherheit bezüglich der weiteren wirtschaftlichen Entwicklung.

In diesem Umfeld gilt es mit weiteren deutlichen Steigerungen bei Personal-, Material- und Energiekosten umzugehen. Die Erzeugerpreise dürften nach Einschätzung der Wirtschaftsforschungsinstitute weiter deutlich inflationieren. Zudem stehen die Notenbanken vor der Herausforderung, die Inflation zu verlangsamen, gleichzeitig aber eine Rezession zu vermeiden und die angespannten Bilanzen einzelner Finanzinstitute nicht zusätzlich zu belasten.

Positiv hingegen ist die Resonanz unserer Kunden auf der Anfang April veranstalteten Messe „Print China“ zu beurteilen. Sie könnte auf eine leichte Erholung des chinesischen Marktes hindeuten, der die Auswirkungen der COVID-19-Krise nun hinter sich lässt. Auch der nach wie vor hohe Auftragsbestand dürfte die Umsatzentwicklung im kommenden Geschäftsjahr unterstützen.

Chart 13: Ausblick

Das führt mich zur Prognose für das Geschäftsjahr 2023/2024. In Abwägung der Chancen und Risiken sowie unter der Annahme, dass die Weltwirtschaft nicht schwächer als von den Instituten vorhergesagt wächst oder gar in eine Rezession läuft, erwarten wir einen Umsatz für das Geschäftsjahr 2023/2024, der dem Wert des Vorjahres entspricht (Vorjahr: 2,435 Mrd. €). Dabei wird unterstellt, dass sich die für die Geschäftstätigkeit wesentlichen Wechselkurse nicht substantiell verändern.

In der Ergebnisentwicklung dürften sich insbesondere die steigenden Produktionskosten negativ auswirken. Dabei ist zu erwarten, dass auch die Energiekosten gegenüber dem Vorjahr, das von günstigen Sicherungsgeschäften profitierte, steigen werden. Zur Kompensation dieser Effekte beabsichtigt HEIDELBERG auch weiterhin die Preise seiner Produkte anzupassen. Die bereinigte EBITDA-Marge wird daher auf dem Wert des Vorjahres erwartet (Vorjahr: 7,2 Prozent). Die Ergebnisentwicklung in den Segmenten Print und Packaging Solutions dürfte dem jeweiligen Markttrend folgen. Der Ergebnisbeitrag des Segment Technology Solutions wird leicht besser als im Vorjahr erwartet.

Erwartungsgemäßer Start in anspruchsvolles Geschäftsjahr 2023/2024

Auch wenn wir im Detail erst Ende nächster Woche unsere Zahlen zum ersten Quartal berichten werden, kann ich Ihnen heute schon bestätigen, dass wir in einem anspruchsvollen Umfeld stabil in das neue Geschäftsjahr gestartet sind. Regional gesehen konnte die Erholung in Asien die gedämpfte Nachfrage aus anderen Regionen ausgleichen. Vor allem das Segment Packaging eröffnet uns Wachstumsoptionen, was das erfreuliche Kundeninteresse an unseren neuen Maschinen unterstreicht. Die neue Boardmaster für den Verpackungsdruck und die Digitaldruckmaschine Gallus One für die Labelproduktion hatte ich Ihnen vorhin ja schon vorgestellt. Im ersten Quartal zeigt die erwartete Cash-Entwicklung noch einmal die Notwendigkeit des Wertsteigerungsprogramms, mit dem wir den Free Cashflow in Zukunft ohne Sondereffekte signifikant erhöhen wollen. Das Wertsteigerungsprogramm ist

auf mehrere Jahre ausgelegt. Im laufenden Geschäftsjahr müssen wir zunächst weiterhin Kostenerhöhungen durch Preiserhöhungen kompensieren und Kostendisziplin beibehalten.

In Summe liegen wie im Geschäftsjahr 2023/2024 nach dem ersten Quartal im Plan.

Chart 14: Zentrale Erkenntnisse

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

damit komme ich zum Ende meiner heutigen Ausführungen und fasse noch einmal die zentralen Aussagen zusammen:

1. HEIDELBERG hat das Geschäftsjahr 2022/2023 in einem herausfordernden Umfeld gut abgeschlossen. Den Umsatz und das um Einmaleffekte bereinigte operative Ergebnis konnten wir gegenüber dem Vorjahr steigern.
2. Wir setzen in Zukunft auf eine „Dual-Track-Strategie“. Sie vereint zwei strategische Ansätze: Zum einen den Ausbau unseres Kerngeschäftes im Bereich Druck, vor allem im Verpackungsdruck und im Digitaldruck. Zum anderen die Erschließung neuer Geschäftsfelder.
3. Vor dem Hintergrund weiter steigender Kosten und dem unverändert niedrigen Profitabilitätsniveau startet HEIDELBERG ein Wertsteigerungsprogramm, um strategische Zukunftsinvestitionen gemäß der Dual-Track-Strategie zu ermöglichen.
4. Auch das neue Geschäftsjahr wird weiterhin von außergewöhnlich herausfordernden Rahmenbedingungen geprägt sein. In Abwägung der Chancen und Risiken erwarten wir bei gleichbleibendem Umsatz eine stabile Entwicklung.

Liebe Aktionärinnen, Liebe Aktionäre,

lassen sie mich meine Ausführungen mit einer persönlichen Einschätzung abschließen. Ich bin davon überzeugt, dass wir trotz aller Herausforderungen allen Grund haben, zuversichtlich in die Zukunft zu blicken. HEIDELBERG hat immer wieder gezeigt, dass es auch mit schwierigen Situationen umgehen kann. Wir stehen heute viel besser da als noch vor ein oder zwei Jahren. Und dennoch ruhen wir uns nicht aus, sondern ergreifen Maßnahmen, die dazu dienen, den Erfolg des Unternehmens nachhaltig sicher zu stellen. Ich habe Ihnen dargestellt, auf welche Strategie und auf welche technologischen Entwicklungen wir künftig dafür setzen. Die Faszination der Marke HEIDELBERG, die die Menschen im Unternehmen, Kundinnen und Kunden, sowie die Öffentlichkeit teilen, wird uns dabei helfen. Ich bin vom Potenzial der Mitarbeitenden von HEIDELBERG überzeugt. Und schließlich hoffe ich sehr, dass ich auch Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, in den letzten 50 Minuten davon überzeugen konnte, den Weg von HEIDELBERG mitzugehen.

Letztlich bleiben wir ein Unternehmen im Wandel. Wie in kaum einer anderen Industrie, so ist im Umfeld von HEIDELBERG der Wandel eine Konstante geworden. Doch darin liegt eine Chance, wenn wir diesen Wandel annehmen und gestalten. Und genau das werden wir im Team HEIDELBERG nun tun.

Danke an Sie als Aktionärinnen und Aktionäre, dass Sie diesen Wandel mittragen. Danke für Ihre Unterstützung von HEIDELBERG.

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.