

## **Sperrfrist bis Beginn der Rede!**

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

**Donnerstag, 28. Juli 2011  
Congress Center Rosengarten, Mannheim**

**Bernhard Schreier  
Vorsitzender des Vorstands**

**Es gilt das gesprochene Wort!**

***Chart: Titel***

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,  
sehr geehrte Aktionärsvertreterinnen und Aktionärsvertreter,  
sehr geehrte Vertreterinnen und Vertreter der Medien,  
meine sehr geehrten Damen und Herren,

im Namen der Heidelberger Druckmaschinen AG und ihrem Vorstand darf auch ich Sie zur ordentlichen Hauptversammlung hier im Mannheimer Rosengarten sehr herzlich begrüßen. Die große Zahl der Teilnehmer in diesem Jahr zeigt, dass Sie ein unverändert starkes Interesse an der Entwicklung Ihres Unternehmens haben – auch oder vielleicht gerade in nicht unbedingt einfachen Zeiten. Darüber freuen wir uns.

Hinter uns liegt kein einfaches, aber ein durchaus erfolgreiches Geschäftsjahr. Nach zwei von starken Umsatzeinbußen geprägten Jahren ist Heidelberg, trotz schwieriger Rahmenbedingungen und eines sehr intensiven Wettbewerbsumfelds auf dem Weg der Erholung – auch wenn es, um bei diesem Sprachgebrauch zu bleiben, bis zur vollständigen Genesung noch eine Strecke ist. Wir sind für diesen Weg gerüstet.

***Chart: Heidelberg ist operativ in die Gewinnzone zurückgekehrt***

Als ich im letzten Jahr hier zu Ihnen gesprochen habe, hatten wir das Geschäftsjahr mit dem niedrigsten Umsatzvolumen der vergangenen 10 Jahre hinter uns. Die schwere Wirtschafts- und Finanzkrise hatte deutlich verringerte Investitionen unserer Kunden zur Folge. In diesem Umfeld hatten wir uns ehrgeizige Ziele gesetzt: Ein ausgeglichenes operatives Ergebnis und finanzielle Stabilität wollten wir im abgeschlossenen Geschäftsjahr erreichen. Heute können wir Ihnen berichten, dass wir dies geschafft haben. Alle wesentlichen Finanzkennziffern haben sich gegenüber dem Vorjahr deutlich verbessert. Nach zwei entbehrensreichen Verlustjahren ist es uns gelungen, im abgelaufenen Geschäftsjahr wieder einen operativen Gewinn zu erwirtschaften: Wir haben damit den operativen Turnaround geschafft.

Auftragseingang sowie Umsatz sind deutlich gestiegen. Mit dem umfangreichsten Restrukturierungsprogramm in der Unternehmensgeschichte haben wir im ersten vollständigen Jahr unserer neuen divisionalen Unternehmensstruktur unsere Kosten nachhaltig gesenkt. Die Sparten Heidelberg Equipment und Heidelberg Services haben sich bewährt. Mit der Neugestaltung unserer Finanzstruktur und hier vor allem mit der vorzeitigen Rückführung der vor zwei Jahren gewährten Staatshilfen haben wir unser Unternehmen finanziell auf stabile Füße gestellt.

Das Unternehmen in der schweren Krise sichern, den Turnaround schaffen und die finanzielle Stabilität, das waren unsere Ziele. Alle drei haben wir erreicht.

***Chart: Heidelberg hat seine strategischen und operativen Ziele erreicht***

Um aber auch in der Zukunft wieder umfassend erfolgreich zu sein, haben wir im operativen Geschäft eine Reihe entscheidender Weichen gestellt. Wir sind eine globale strategische Partnerschaft mit Ricoh, einem Hersteller von Digitaldruckmaschinen, eingegangen und schlagen so eine tragfähige Brücke vom Offset- zum Digitaldruck. Unser Lösungsangebot für den Verpackungsdruck haben wir ebenso ausgebaut wie das für Dienstleistungen und Verbrauchsmaterialien und wachsen so in Geschäftsbereichen, die weniger konjunkturabhängig sind.

Auf dem globalen Wachstumsmarkt Nummer eins, in China, sind wir derzeit dabei, unsere Kapazitäten entsprechend der weiterhin steigenden Nachfragesituation auszubauen. Auch das vor einem Jahr begründete Geschäftsfeld Heidelberg System Manufacturing, in dem wir hochkomplexe mechanische wie auch elektronische Komponenten für unterschiedliche Industrien fertigen, ist sehr gut angelaufen.

In der Summe trägt all dies dazu bei, unser Geschäft in den kommenden Jahren von den immer stärker werdenden Konjunkturschwankungen unabhängiger zu machen. Auf die einzelnen Punkte unserer Strategie werde ich später noch ausführlich eingehen.

Meine Damen und Herren,

wir haben im abgelaufenen Jahr Wesentliches geleistet, um das Unternehmen wieder auf die Erfolgsspur zu bringen. Dennoch: Der Kapitalmarkt blickt nicht zurück, sondern beobachtet kritisch die Rahmenbedingungen unseres Geschäfts in der Zukunft. Die Erholung der Weltwirtschaft hat sich noch nicht in allen Regionen positiv auf die Printmedien-Industrie ausgewirkt. Vor allem in Teilen der Industrieländer führten die schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen weiterhin zu Zurückstellungen von Investitionen. Dies belastet die Branche und unser Geschäft, ebenso wie unsere Aktie. Mit der aktuellen Bewertung können wir nicht zufrieden sein und sind es selbstverständlich auch nicht. Wir verstehen Ihre Enttäuschung, insbesondere vor dem Hintergrund des Vertrauens, das Sie – liebe Aktionärinnen und Aktionäre – uns und dem Unternehmen bei der zurückliegenden Kapitalerhöhung ausgesprochen haben. Ihr Vertrauen zu entlohnen, dies ist das Ziel unserer Bestrebungen, und wir werden weiter hart und intensiv daran arbeiten. Dafür haben wir uns erneut ehrgeizige Ziele gesetzt, für dieses Geschäftsjahr sowie auch für die darauf folgenden Geschäftsjahre, um Sie am Erfolg Heidelbergs teilhaben zu lassen. Die Steigerung des Unternehmenswertes ist und bleibt in unserem Fokus, wir sind überzeugt, dass wir dies schaffen werden.

## **Entwicklung Konjunktur, Druckmaschinenbau, Druckvolumen**

### ***Chart: Gesamtvolumen der globalen Druckproduktion***

Ich habe kurz umrissen, welche strategischen Maßnahmen wir bereits verfolgen, um der Zyklizität in unserem Kerngeschäft entgegenzuwirken. Dennoch, vollkommen unabhängig von Konjunkturschwankungen werden wir aber nicht sein – das kann kein Unternehmen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat uns die positive Konjunkturentwicklung mit einem globalen Wachstum von fast 4 Prozent sehr geholfen. Dieses Wachstum fiel allerdings regional sehr unterschiedlich aus: Während sich die etablierten Industrieländer nur langsam zu erholen begannen, legten große Schwellenländer wie China, Indien und Brasilien erneut stark zu. Durch unsere gute strategische Aufstellung in

Schwellenländern hat sich diese Entwicklung in unseren Auftragsbüchern entsprechend positiv niedergeschlagen.

Auf unsere Branche bezogen verbesserte sich das weltweite Druckvolumen insgesamt leicht und liegt jetzt bei 411 Milliarden Euro. Dies bedeutet, dass für jeden Menschen auf dieser Erde pro Jahr Druck-Erzeugnisse im Wert von durchschnittlich rund 60 Euro produziert werden. In den großen Industrieländern sind es fünfmal so viel, dafür liegt diese Zahl in den bevölkerungsreichsten Ländern deutlich niedriger: In China sind es nur 24 Euro pro Jahr und in Indien sogar nur 11 Euro. In diesen riesigen Ländern mit den höchsten Wirtschaftswachstumsraten liegt also noch ein enormes Potenzial für die Druckindustrie.

Global betrachtet wird damit gerechnet, dass in den kommenden vier Jahren das Druckvolumen um rund 6 Prozent auf 435 Milliarden Euro wächst. Trotz des Booms elektronischer Medien und des starken Einbruchs während der Krise wird es damit fast schon wieder den Höchststand aus dem Jahr 2007 erreichen. Dies bedeutet, meine Damen und Herren: Print ist kein sterbendes Medium, im Gegenteil, es ist ein durchaus lebendiges und wird es auch weiter bleiben.

Betrachtet man die Entwicklung und die Verschiebungen innerhalb der Druck-Erzeugnisse und Drucktechnologien, werden die Hintergründe für die strategische Fokussierung Heidelbergs auf den Bogenoffsetdruck und den Digitaldruck deutlich: Mehr als die Hälfte des gesamten Druckvolumens entfällt auf den Werbe- und den Verpackungsdruck. Konkret: Über 40 Prozent des Druckvolumens wird für den Werbedruck erzeugt, knapp 25 Prozent für den Verpackungsdruck und rund 30 Prozent im Verlagswesen. Künftig wird der Verpackungsdruck insgesamt einen höheren Anteil einnehmen. Die Bedeutung digitaler Druckverfahren wird zunehmen, auch wenn ihr Anteil am gesamten Druckvolumen noch gering ist. Das Volumen im Verlagswesen wird durch die zunehmende Nutzung von elektronischen Medien für die Veröffentlichung von

Informationen schrumpfen, was vor allem den Rollenoffsetdruck betrifft, den Bereich, den wir bereits im Jahr 2004 verkauft haben.

### **Geschäftsjahr 2010/11: Auftragseingang**

Meine sehr verehrten Damen und Herren, ein Blick auf die Entwicklung des Auftragseingangs zeigt, dass sich die globale Konjunkturerholung auch in unseren Büchern widerspiegelt. Im zurückliegenden Geschäftsjahr erhielten wir Aufträge im Wert von rund 2,76 Milliarden Euro, 16 Prozent mehr als im Vorjahr. Durch für uns günstige Entwicklungen auf den Devisenmärkten entfiel ein Teil dieses Zuwachses allerdings auf Währungseffekte. Ohne sie betrug das Plus beim Auftragseingang dennoch rund 10 Prozent.

Unsere Sparte Heidelberg Equipment, also – vereinfacht ausgedrückt – das Kerngeschäft mit der Entwicklung, der Herstellung und der Vermarktung von Maschinen für Druck und Weiterverarbeitung, konnte von den deutlich verbesserten konjunkturellen Rahmenbedingungen mit einem Plus von 24 Prozent beim Auftragseingang überproportional stark profitieren. Vor allem im mittleren und im großen Format haben die Druckereien wieder deutlich mehr investiert. In der von Konjunkturschwankungen wesentlich unabhängigeren Sparte Heidelberg Services, also unserem Angebot an technischen Dienstleistungen und Performance Services wie z. B. dem Geschäft mit Ersatzteilen, Wartungen, Software, Vorstufengeräte, Verbrauchsmaterialien, Gebrauchtmachines und Beratungsleistungen, nahm das Volumen der Bestellungen um 6 Prozent zu.

Unternehmensweit konnten wir in allen unseren fünf Regionen den Auftragseingang steigern. Das Wachstum fiel jedoch, abhängig vom jeweiligen Bruttoinlandsprodukt, sehr unterschiedlich aus. Entsprechend wuchs unser Geschäft in den Schwellenländern deutlich stärker als in den Industrienationen. Wir gehen davon aus, dass diese Entwicklung weiter anhalten wird.

**Chart: Positive Umsatzentwicklung im Geschäftsjahr**

Nahezu im Gleichtakt verlief die Entwicklung beim Umsatz. Im gesamten Geschäftsjahr erlösten wir rund 2,63 Milliarden Euro und damit 14 Prozent mehr als im Vorjahr; währungsbereinigt war es ein Zuwachs von 8 Prozent. Naturgemäß ist auch hier die konjunkturabhängige Sparte Equipment mit 19 Prozent deutlich stärker gewachsen als die Sparte Services mit 8 Prozent. Im zweiten Halbjahr lag der Umsatz planmäßig um mehr als 200 Millionen Euro höher als im ersten. Dies ist darauf zurückzuführen, dass zum Jahresbeginn die beiden Fachmessen IPEX in Großbritannien und ExpoPrint in Brasilien für uns sehr erfolgreich verliefen und zahlreiche Aufträge brachten. Bemerkenswert ist, dass wir den Umsatz im Jahresverlauf kontinuierlich steigern konnten, und zwar von 563 Millionen Euro im ersten Quartal bis auf 746 Millionen im vierten.

Auch beim Umsatz haben die Schwellenländer überproportional stark zugelegt. Ihr Anteil am Gesamtumsatz beträgt mittlerweile 45 Prozent, und wir sind davon überzeugt, dass sie mittelfristig die Schwelle von 50 Prozent überschreiten werden. Hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang, dass im zurückliegenden Geschäftsjahr erstmals China unser größter Einzelmarkt war. Wir haben dort mehr als 400 Millionen Euro umgesetzt. Somit stammt jeder siebte Euro unseres Umsatzes aus China. Der Auftragseingang aus China betrug sogar 450 Millionen Euro, das ist rund die Hälfte der gesamten Aufträge aus der Region Asia/Pacific. Auf die Rolle von China für die Zukunft von Heidelberg werde ich später noch ausführlich eingehen. Nicht zu vergessen ist auch die Bedeutung des Schwellenlands Brasiliens: Mit einem Umsatz von über 120 Millionen Euro ist das größte lateinamerikanische Land mittlerweile einer unserer fünf größten Absatzmärkte.

In den großen Industrienationen war die Umsatzentwicklung sehr unterschiedlich. Während das Geschäft in Ländern wie Deutschland oder Frankreich wieder spürbar anzog, blieben die Märkte in Großbritannien und in Nordamerika, aber auch in den südeuropäischen Ländern, wegen der dort

anhaltenden Wirtschafts- und Finanzprobleme schwach. In Nordafrika waren die Auswirkungen der lokalen Unruhen spürbar.

***Chart: Operatives Ergebnis erstmals seit zwei Verlustjahren wieder positiv***

Meine Damen und Herren, wir haben im zurückliegenden Geschäftsjahr unseren Umsatz von Quartal zu Quartal gesteigert, gleichzeitig haben wir unsere Fixkostenbasis nachhaltig um jährlich 460 Millionen Euro verringert. Mit einem Gesamtumsatz von 2,6 Milliarden Euro haben wir dadurch die Gewinnschwelle wieder überschritten, die wir von über drei Milliarden Euro Umsatz auf rund 2,5 Milliarden Euro gesenkt hatten. Auch hier also: Ziel erfüllt. Im ersten Halbjahr war das Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit erwartungsgemäß noch negativ, ab dem dritten Quartal haben wir wieder positive operative Ergebnisse erzielt. Im vierten Quartal, unserem bisher stärksten, lag das EBIT dann bei 30 Millionen Euro. Im zweiten Halbjahr ist es uns somit gelungen, den Verlust aus dem ersten vollständig zu kompensieren.

Das Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit ohne Sondereinflüsse erreichte eine Summe von 4 Millionen Euro, nachdem wir im Vorjahr noch einen operativen Verlust von 130 Millionen Euro verzeichnen mussten. Dies alles sind erfreuliche, aber noch nicht zufriedenstellende Zahlen, meine Damen und Herren.

Das Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit ohne Sondereinflüsse und vor Abschreibungen, also das EBITDA, lag bei 104 Millionen Euro, ein Jahr zuvor waren es noch minus 25 Millionen Euro. Auch der Free Cashflow als wichtige Kennziffer für den Zufluss liquider Mittel war mit 75 Millionen Euro erstmals seit zwei Jahren wieder positiv. Unsere Erwartungen wurden damit deutlich übertroffen. In Summe belegen diese Zahlen, meine sehr verehrten Damen und Herren, dass wir, wie zu Beginn des vergangenen Jahres angekündigt, den operativen Turnaround geschafft haben – und darauf können wir und Sie stolz sein.

***Chart: Sparte Equipment mit deutlicher Umsatzsteigerung***

Deutliche Verbesserungen konnten wir in allen drei Sparten erzielen – auch wenn wir noch nicht dort angelangt sind, wo wir hinwollen. Bei Heidelberg Equipment haben wir noch ein negatives operatives Ergebnis von 98 Millionen Euro verzeichnet, gegenüber dem Vorjahr ist dies aber immerhin eine Verbesserung von 55 Millionen Euro oder rund einem Drittel. In dieser Sparte war der Umsatzeinbruch in der Krise am stärksten ausgeprägt.

***Chart: Alle Sparten verbessern operatives Ergebnis spürbar***

Die Sparte Heidelberg Services war profitabler, mit 84 Millionen Euro gegenüber 12 Millionen Euro im Vorjahr. Auch die Sparte Heidelberg Financial Services hat mit 18 Millionen Euro – Vorjahr 11 Millionen – trotz eines geringeren Umsatzes einen nennenswerten Beitrag für das insgesamt positive operative Ergebnis geleistet.

***Chart: Finanzergebnis belastet Ergebnis nach Steuern***

Trotz dieser sehr erfreulichen Entwicklung im operativen Geschäft waren das Ergebnis vor Steuern mit minus 143 Millionen Euro und das Ergebnis nach Steuern mit minus 129 Millionen Euro erneut negativ. Allerdings ist es uns auch hier gelungen, beide Kennziffern um jeweils mehr als 100 Millionen Euro deutlich zu verbessern. Ursächlich für die negativen Ergebnisse waren die hohen Finanzierungskosten, die das Finanzergebnis auf ein Minus von 149 Millionen Euro drückten – das waren noch einmal 22 Millionen Euro mehr als im Jahr zuvor. Maßgeblich hierfür waren die beträchtlichen Kosten, die durch die tiefgreifende Umgestaltung unserer Finanzierungsstruktur anfielen. Mit unserer neuen Struktur sind wir jetzt in der Lage, das Finanzergebnis ab dem laufenden Geschäftsjahr deutlich zu verbessern. Wie diese Finanzierungsstruktur konkret aussieht, werde ich Ihnen gleich ausführlich erläutern.

**Dividende**

Das einerseits deutlich verbesserte, andererseits aber immer noch negative Ergebnis erlaubt uns auch für das abgelaufene Geschäftsjahr keine Gewinnausschüttung. Wir werden erst dann wieder der Hauptversammlung

eine Dividendenausschüttung vorschlagen, wenn die finanzielle Lage und der Ausblick des Konzerns es als angemessen erscheinen lassen.

***Chart: Neue Kreditlinien und hochverzinsliche Anleihe sichern mittelfristig Liquidität***

Zur Finanzierungsstruktur: Knapp drei Jahre sind vergangen, meine sehr verehrten Damen und Herren, seit Heidelberg mit dem Ausbruch der schweren Wirtschafts- und Finanzkrise in eine Schieflage geraten ist. Sie alle wissen, dass wir diese Schieflage nur unter Nutzung der zur Krisenbewältigung geschaffenen staatlichen Hilfsinstrumente meistern konnten. Bund, Länder und Banken hatten aber auch schon damals Vertrauen in die Zukunft des Unternehmens und haben uns 2009 mit einer Brückenfinanzierung unterstützt. Selbst in dieser sehr schwierigen Situation konnten wir unsere Finanzpartner wie auch die öffentliche Hand davon überzeugen, dass wir das Ruder herumreißen können und werden. Schon damals stand außer Frage, dass wir eine tragfähige Strategie besitzen und dass wir über ein Gesamtangebot verfügen, das genau auf die sich wandelnden Bedürfnisse in der Printmedien-Industrie zugeschnitten ist. Zudem hatten wir bereits zu diesem Zeitpunkt umfangreiche Maßnahmen für eine massive Kostensenkung und damit Entlastung unserer Bilanz eingeleitet.

Um unsere Kapitalstruktur zu stabilisieren und gleichzeitig unsere Verschuldung schnell und signifikant zu senken, haben wir im ersten Schritt im September 2010 sehr erfolgreich eine große Kapitalerhöhung durchgeführt. Sie, unsere Aktionärinnen und Aktionäre, haben uns dabei Ihr Vertrauen geschenkt und zu einem hohen Prozentsatz Ihre Bezugsrechte ausgeübt. Hierfür gilt Ihnen allen mein und unser aufrichtiger Dank. Den Nettoemissionserlös von rund 400 Millionen Euro haben wir vollständig zur Rückführung unserer Finanzverbindlichkeiten und zur Stärkung unserer Eigenkapitalbasis verwendet.

Dadurch waren wir in der Lage, ein halbes Jahr später, also im Frühjahr 2011, eine Unternehmensanleihe mit einer Laufzeit bis 2018 aufzulegen. Die Platzierung verlief ebenfalls sehr erfolgreich: Die Anleihe mit einem Volumen

von rund 300 Millionen Euro wurde vom Markt sehr gut aufgenommen und war mehrfach überzeichnet. Mit diesem Erlös konnten wir, ein Jahr früher als ursprünglich geplant, die restlichen, teilweise noch mit Staatsgarantien besicherten Kredite vollständig zurückführen. Gleichzeitig haben wir mit unseren Banken einen neuen syndizierten Kredit mit einem Volumen von rund 500 Millionen Euro und einer Laufzeit bis Ende 2014 vereinbart.

***Chart: Entschuldung dank Kapitalerhöhung und positivem Free Cashflow***

Damit, meine sehr verehrten Damen und Herren, haben wir unsere Finanzierungsziele erreicht. Heidelberg ist – ohne jegliche staatliche Hilfen – wieder mittel- bis langfristig finanziert. Wir haben unsere Finanzierungsquellen diversifiziert, wir finanzieren uns wieder über den Kapitalmarkt, und wir haben das Fälligkeitsprofil unserer Kredite deutlich optimiert. Unsere Finanzierung steht wieder auf einem soliden Fundament und ist eine gute Basis für zukünftiges profitables Wachstum.

Mit der neuen Struktur haben sich eine Reihe weiterer Finanzkennziffern signifikant verbessert: Die Finanzverbindlichkeiten zum Bilanzstichtag waren mit 395 Millionen Euro kaum mehr halb so hoch wie zwölf Monate zuvor und haben den niedrigsten Stand seit Jahren erreicht. Die Nettofinanzverschuldung, also der Saldo zwischen Finanzverbindlichkeiten und flüssigen Mitteln, liegt mit 247 Millionen Euro um zwei Drittel niedriger als vor einem Jahr. Mit der Kapitalerhöhung wuchs das Eigenkapital auf 869 Millionen Euro an. Die Eigenkapitalquote erreichte mit 32,9 Prozent fast wieder das Vorkrisenniveau.

**Mitarbeiter**

Im Rahmen unserer Programme zur Restrukturierung und zur Kostensenkung mussten wir leider auch im vergangenen Geschäftsjahr die Zahl unserer Mitarbeiter noch einmal verringern. Zum Geschäftsjahresende beschäftigten wir weltweit 15.828 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, knapp 700 oder 4 Prozent weniger als ein Jahr zuvor. Die erfreuliche Nachricht ist, dass die meisten der ausgeschiedenen Kolleginnen und Kollegen in der Zwischenzeit wieder eine neue Beschäftigung gefunden haben – und darüber sind wir sehr froh. Aber

auch den verbliebenen Mitarbeitern haben wir im letzten Jahr viel abverlangen müssen. Trotz aller Widrigkeiten sind wir dabei auch auf viel Verständnis und Unterstützung gestoßen – und dafür gilt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von Heidelberg an dieser Stelle mein ganz persönlicher Dank.

Die Weltkonjunktur und damit auch die Nachfrage nach unseren Produkten werden auch in Zukunft deutlichen Schwankungen unterworfen sein. Um diese auszugleichen, ist eine noch höhere Flexibilität unserer Mitarbeiter unabdingbar. In konstruktiven Gesprächen mit den Vertretern der Arbeitnehmer ist es uns gelungen, effiziente Arbeitszeit- und Entlohnungsmodelle zu gestalten und einzuführen. Diese ermöglichen uns, in den Zyklen unseres Geschäfts noch stärker atmen zu können.

Und ein weiteres Mitarbeiter-Thema liegt uns sehr am Herzen: Beim Thema Frauen-Förderung ist das Unternehmen bestrebt, dass die Zahl der Mitarbeiterinnen im Unternehmen weiter steigt. Wir sprechen uns nachdrücklich auch für eine gezielte Förderung von Frauen in Fach- und Führungspositionen aus. Dabei dürfen wir aber nicht außer Acht lassen, dass der Anteil an Absolventinnen in den meisten der für uns wichtigen Studiengänge, insbesondere in den Fachrichtungen Ingenieurwesen, Wirtschaftsingenieurwesen sowie Informatik unter 10 Prozent liegt, weshalb wir eine gesetzlich verbindliche Frauenquote nicht für zielführend halten. Sie ist für uns praktisch nicht umsetzbar.

Bei der Förderung weiblicher Beschäftigter setzen wir im Wesentlichen auf ein Mentoringprogramm für die berufliche Weiterentwicklung weiblicher Fach-, Führungs- und Nachwuchsführungskräfte sowie erweiterte Teilzeitangebote, die eine verbesserte Vereinbarkeit von Beruf und Familie ermöglichen.

Meine Damen und Herren, zusammenfassend kann ich mit Überzeugung sagen: Das abgelaufene Geschäftsjahr 2010/11 hat gezeigt, dass der eingeschlagene Weg richtig war, dass unsere Strategie gut ist und sie am Markt greift. Diesen Kurs werden wir auch im laufenden Geschäftsjahr und natürlich

darüber hinaus konsequent weiter fortsetzen und dort weiter optimieren, wo es notwendig wird.

### **TOP 5: Veränderungen im Aufsichtsrat**

Kommen wir zum weiteren Verlauf dieser Hauptversammlung, meine Damen und Herren. Unter dem Tagesordnungspunkt 5 entscheiden Sie über Veränderungen in der Zusammensetzung des Aufsichtsrats. Bei den Vertretern der Anteilseigner werden zwei Mitglieder aus dem Gremium ausscheiden und sollen durch zwei neue ersetzt werden. Unser Aufsichtsratsvorsitzender Dr. Mark Wössner hat Ihnen die beiden Kandidaten Dr. Herbert Meyer und Frau Lone Fønss Schrøder bereits vorgestellt.

Neben Dr. Werner Brandt, der sein Mandat im Aufsichtsrat zum Ablauf dieser Hauptversammlung niederlegt, wird noch ein anderes langjähriges Mitglied heute planmäßig ausscheiden. Es ist der Aufsichtsratsvorsitzende Dr. Mark Wössner selbst. Gemäß dem Beschluss über seine Wahl auf der Hauptversammlung im Jahr 2008 endet seine Amtszeit heute.

Herr Dr. Wössner, fast sieben Jahre lang haben Sie dem Aufsichtsrat der Heidelberger Druckmaschinen AG vorgestanden, seit dem 30. Juli 2004 haben Sie diesem Gremium angehört. Die letzten Jahre mit uns waren nicht unbedingt einfach. Sie haben in dieser Zeit mit großem Engagement und ebenso großer Kompetenz dazu beigetragen, Heidelberg durch die schwerste Krise der Unternehmensgeschichte zu steuern. Hierfür, und nicht nur hierfür, gilt Ihnen unser, gilt Ihnen mein ganz herzlicher Dank.

Für Ihre Zukunft wünsche ich Ihnen, auch im Namen aller Mitarbeiter von Heidelberg, alles Gute. Ich weiß, dass Sie unserem Unternehmen auch weiterhin verbunden bleiben und seine Entwicklung aufmerksam verfolgen werden. Ebenfalls danke ich Dr. Brandt im Namen von Heidelberg für seinen Rat und das Engagement, das er in den vergangenen Jahren dem Unternehmen entgegengebracht hat.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, aus der Tagesordnung für heute möchte ich noch drei weitere Punkte hervorheben.

#### **Top 4: Wahl des Abschlussprüfers**

Beginnen werde ich mit einer kurzen Erläuterung zur Wahl des Abschlussprüfers. Wenn Sie einen Blick in unseren Geschäftsbericht werfen, sehen Sie einen im Verhältnis zum Honorar für Abschlussprüfungsleistungen hohen Betrag für „sonstige Leistungen“. Auf den ersten Blick könnte der Eindruck entstehen, dass die Unabhängigkeit des Prüfers dadurch gefährdet sei. Dem ist aus folgenden Gründen nicht so:

Wie ich bereits ausgeführt habe, haben wir im vergangenen Jahr bedeutsame Finanzierungsmaßnahmen innerhalb eines sehr kurzen Zeitraumes von gerade einmal sechs Monaten zwischen September 2010 und März/April 2011 durchgeführt. Angesichts der derzeitigen Instabilitäten am Kapitalmarkt, getrieben durch die Euro-Krise und anderen verunsichernden Faktoren, haben wir damit – rückblickend – das fast optimale Zeitfenster genutzt, um vorzeitig die Unabhängigkeit von den Staats- und Landesbürgschaften zurückzugewinnen. Ein wesentlicher Bestandteil dieses Transaktions-Teams waren unsere Abschlussprüfer, deren langjährige Heidelberg-Erfahrung bei diesen Projekten unerlässlich war. Insoweit konnten wir nicht auf die Expertise und die spezifischen Unternehmenskenntnisse unserer Abschlussprüfer verzichten, die die erforderlichen Comfort Letters für die Emissionsprospekte sowohl der Kapitalerhöhung als auch der Hochzinsanleihe erstellt haben. Die Beauftragung einer anderen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, die nicht über die Heidelberg-spezifischen Kenntnisse verfügt hätte, hätte zu großen Ineffizienzen geführt, insbesondere auch aus dem Blickwinkel der die Kapitalerhöhung und die Bondbegebung begleitenden Banken, und wäre in der Kürze der Zeit wohl nicht möglich gewesen.

#### **TOP 7: Genehmigtes Kapital**

Zur weiteren Optimierung unserer Kapitalstruktur stehen unter Tagesordnungspunkt 7 einige wichtige Entscheidungen an: Zum einen die Beschlussfassung über die Aufhebung des von der Hauptversammlung 2008

genehmigten Kapitals und zum anderen die Ermächtigung des Vorstands, das Grundkapital durch Ausgabe neuer Aktien gegen Einlagen zu erhöhen.

Zum ersten Punkt. Durch einen Beschluss der Hauptversammlung vom 18. Juli 2008 war der Vorstand ermächtigt worden, das Grundkapital durch die Ausgabe neuer Aktien gegen Einlagen zu erhöhen. Diese Genehmigung ist mit Wirkung zum 1. Juli 2011 ausgelaufen. Der Inhalt der Satzung ist in diesem Punkt somit gegenstandslos, ihre Fassung soll daher durch die Streichung eines Absatzes angepasst werden.

Die in der Hauptversammlung vom 23. Juli 2009 beschlossene Ermächtigung, das Grundkapital durch Ausgabe neuer Aktien gegen Bareinlagen zu erhöhen, endet am 1. Juli 2014. Von der Ermächtigung wurde bislang kein Gebrauch gemacht. Damit eine Ermächtigung des Vorstands auch über diesen Zeitraum hinaus besteht, soll die bisherige Ermächtigung aufgehoben und eine neue beschlossen werden.

### **TOP 6: Änderung der Satzung**

Unter dem Tagesordnungspunkt Nummer 6 schlagen wir Ihnen eine weitere Änderung unserer Satzung vor. Dies ist deshalb notwendig, weil der Gegenstand unseres Unternehmens laut Satzung derzeit lediglich – ich zitiere – „Herstellung und Vertrieb von Druckmaschinen sowie anderen Erzeugnissen der grafischen Branche und der Metallindustrie“ umfasst sowie darüber hinaus auch den Handel mit solchen Maschinen und Erzeugnissen. In Zukunft sollen auch andere Erzeugnisse sowie Dienst- und Beratungsleistungen auf dem Gebiet des Maschinenbaus, der Elektronik und Elektrotechnik sowie der Metallindustrie zum Gegenstand des Unternehmens zählen.

### ***Chart: Neue Geschäftsfelder ausbauen und weiter erschließen***

Unser Kerngeschäft, meine sehr verehrten Damen und Herren, soll sich aufgrund dieser Erweiterung nicht ändern. Wir wollen und werden der führende Anbieter von Lösungen für die Printmedien-Industrie bleiben. Aber wir können mehr und haben das in der jüngeren Vergangenheit bereits unter Beweis

gestellt. Um unser führendes Know-how im Spezialmaschinenbau gezielt auch Unternehmen aus anderen Industriezweigen anbieten zu können, haben wir im vergangenen Jahr unser neues Geschäftsfeld Heidelberg System Manufacturing gestartet. Unsere Kompetenz, tonnenschwere Maschinen mit der Präzision eines Schweizer Uhrwerks zu bauen, ist schon lange sprichwörtlich. Nur ein Jahr nach dem Start von Heidelberg System Manufacturing setzen bereits rund 40 Unternehmen vor allem aus der Energiebranche und dem Maschinenbau, aber auch aus der Automobilindustrie auf Heidelberg als qualifizierten Zulieferbetrieb.

### **Neue Geschäftsfelder weiter erschließen**

In der Öffentlichkeit wird Heidelberg sicherlich nicht als Elektronik-Unternehmen wahrgenommen. Bei unseren großen Baureihen entfallen jedoch bereits heute mehr als 50 Prozent der Wertschöpfung auf die Elektronik – und vieles davon machen wir selbst. Diese Expertise werden wir in Zukunft verstärkt nutzen. Der gute Start dieses neuen Geschäftsfelds macht uns dabei Mut, dass wir unser geplantes Umsatzziel von 100 Millionen Euro in drei Jahren erreichen können und dabei auch gute Margen erwirtschaften werden. Dafür werden wir das Geschäftsfeld natürlich weiter ausbauen. So suchen wir beispielsweise seit einigen Wochen intensiv neue Spezialisten etwa für die Bereiche Leistungselektronik oder Steuerungstechnik, die unsere Forschung und Entwicklung in dem neuen Geschäftsfeld verstärken werden.

Auch im Bereich der gedruckten Elektronik sind wir gemeinsam mit anderen Unternehmen dabei, marktreife innovative Produkte zu entwickeln. Im vergangenen Februar wurde in Heidelberg das Forschungslabor des „Spitzencluster Forum Organic Electronics“ eingeweiht, bei dem Heidelberg eine Druckmaschine zur Verfügung stellt. In den Räumlichkeiten arbeiten über 50 Forscher der Partner des Spitzenclusters gemeinsam an neuartigen, energiesparenden Beleuchtungssystemen, hocheffizienten Solarzellenfolien und Anwendungen in der Medizintechnik, die sich mit Hilfe eines Druckverfahrens realisieren lassen.

Das Projekt ist langfristig angelegt und wird vom Bundesforschungsministerium mit 40 Millionen Euro über fünf Jahre gefördert. Die Produkte, die daraus entstehen können, könnten unserer Branche durchaus eine neue Ausrichtung geben.

Sie sehen, meine Damen und Herren, dass Heidelberg intensiv an Zukunftsprojekten arbeitet und neue Geschäftsfelder kontinuierlich weiter ausbaut. Dieses Vorhaben mit seinen – wie geschildert – zum Teil sehr unterschiedlichen Aktivitäten, die dahinter stehen, wollen wir auch in unserer Satzung widergespiegelt sehen. Dafür bitte ich Sie, unsere Aktionäre, ausdrücklich um Ihre Unterstützung.

### **Strategie**

Meine Damen und Herren,  
wie sich die Printmedien-Industrie in den kommenden Jahren entwickelt, ist nicht nur die zentrale Frage – sie ist vielmehr, der rote Faden, an dem wir unsere langfristige Unternehmensstrategie ausgerichtet haben. Und wie jede zentrale Frage lässt sie sich nicht eindimensional beantworten.

Wie eingangs bereits beschrieben, wird es innerhalb der einzelnen Marktsegmente auch in Zukunft Verschiebungen geben. Angesichts der weiter sinkenden Auflagenzahlen pro Druckjob wird der Offsetdruck zwar gegenüber dem Digitaldruck weiter leicht an Boden verlieren. Auf der anderen Seite wird der Offsetdruck künftig von den sinkenden Auflagenzahlen aus dem Rollenoffset profitieren und Marktanteile dazu gewinnen können.

Regional betrachtet wird es eine Gewichtsverschiebung geben: In den großen Schwellenländern wird die Nachfrage nach Druckmaschinen schon allein aufgrund des starken volkswirtschaftlichen Wachstums mehr ansteigen als in den Industriestaaten. Ein Grund dafür ist der anhaltende und unumkehrbare Trend weg von losen hin zu verpackten Lebensmitteln. Diese Entwicklung kommt insbesondere dem Verpackungsdruck zugute.

Insgesamt betrachtet wird das globale Druckvolumen weiter zunehmen und mit ihm auch der Bedarf an Verbrauchsmaterialien. Darüber hinaus achten immer mehr Druckereien bei ihrer Arbeit viel stärker auf ökologische Aspekte als noch vor einigen Jahren.

***Chart: Globale strategische Partnerschaft im Digitaldruck mit Ricoh vereinbart***

Wie reagiert Heidelberg auf all das? Stichwort Digitaldruck. Seine Bedeutung wird weiter zunehmen, keine Frage, vor allem für kleinere und personalisierte Auflagen im Werbe- und Akzidenzdruck, aber auch im Verpackungsbereich. Der Digitaldruck ist für Heidelberg ein strategisches Wachstumsfeld und ergänzt das bestehende Produktangebot von Heidelberg ideal. Aus diesem Grund sind wir im Februar 2011 für digitale Anwendungen im Werbedruck mit der japanischen Ricoh Company eine langfristige, strategische und globale Partnerschaft eingegangen. Ricoh ist ein führender Technologie-Anbieter mit Schwerpunkten in den Bereichen Digitaldrucksysteme und Bürolösungen. Durch die Vervollständigung unseres Offset-Portfolios durch ein innovatives digitales Produktionsdrucksystem bieten wir unseren Kunden künftig die Kombination von Offset-Technologie und digitaler Drucktechnologie an. Der Einsatz beider Technologien ermöglicht es unseren Kunden, neben dem bewährten, kosteneffizienten und hochwertigen Offsetdruck auch variablen Datendruck und kleinste Auflagenhöhen anzubieten.

***Chart: Gesamtportfolio durch Digitaldruckangebot abgerundet***

Von dieser Partnerschaft profitieren beide Unternehmen. Wir können vor allem damit unsere Position im Werbe- und Akzidenzdruck – der mehr als die Hälfte des weltweiten Druckvolumens ausmacht – stärken. Für Ricoh sind wir auf der anderen Seite nicht nur ein starker Technologie-, sondern auch ein starker Vertriebspartner. Seit April vertreiben wir in einigen europäischen und asiatischen Märkten das Digitaldrucksystem Ricoh Pro TM C901 Graphic Arts Edition. Nach und nach werden wir dies auch in anderen Märkten tun. Bis zur drupa im nächsten Mai werden wir das Produkt überall auf der Welt vertreiben. In Europa und in Asien haben wir bereits die ersten Maschinen verkauft.

### **Digitaldrucklösungen für die Verpackungsindustrie**

Über unsere Kooperation mit Ricoh hinaus bedienen wir den Verpackungsmarkt seit einiger Zeit mit unseren digitalen Linoprint Inkjet Druckmaschinen. Hier haben wir Lösungen entwickelt, die den wachsenden Bedarf der Hersteller von Pharmablistern, Etiketten und Konsumgüter-Verpackungen nach individuellen und kostengünstigen Bedruckungsmöglichkeiten erfüllen – analog zu unserem Angebot im Werbedruck. Wir werden aufgrund der attraktiven Marktchancen für diese Anwendungen weiter gezielt in das strategische Wachstumsfeld „Digital“ investieren.

### ***Chart: Position im Verpackungsdruck weiter gestärkt***

Ein beständiges, von Konjunkturzyklen relativ unbeeindrucktes Wachstum erwarten wir beim Verpackungsdruck, vor allem in den Schwellenländern. Vor gut einem Jahr haben wir auf der IPEX in England unsere neue Speedmaster CX 102 vorgestellt, die sich durch ihren Aufbau ganz besonders für den Druck von Verpackungen eignet. Verpackungen werden oft in sehr großen Stückzahlen bedruckt. Die CX 102 ist eine Druckmaschine im Format 70 x 100 und bedruckt bis zu 16.500 Bogen pro Stunde. Vom Markt wurde sie von Anfang an hervorragend aufgenommen. Schon bei ihrer Vorstellung auf der IPEX haben wir rund 100 Druckwerke verkauft, knapp ein Jahr später sind es weltweit bereits rund 900 Druckwerke in 150 Maschinen.

### ***Chart: Ausweitung des Dienstleistungsportfolios: Lösungen für Web-to-Print***

Immer wieder wird allgemeingültig kolportiert, dass die rasante Entwicklung des Internet zu Lasten der Druckindustrie geht. Die Wahrheit ist: Durch die Möglichkeiten, die das Internet heutzutage bietet, entstehen neue Geschäftsmodelle für unsere Kunden – und Heidelberg liefert hierfür die Lösungen. Das Internet zieht nicht nur Druckaufträge ab, es generiert auch welche. Ein bedeutender Wachstumsmarkt auch im Offset-Bereich sind so genannte Web-to-Print-Lösungen. Dabei erzeugt der Kunde die Druckvorlagen für einfache, standardisierte Produkte wie beispielsweise Visitenkarten,

Briefbogen oder Flyer direkt über das Internet und schickt sie über ein Onlineportal mehr oder weniger direkt auf die Druckmaschine. Darüber hinaus versteht man unter Web-to-Print auch die Online-Anbindung von beispielsweise Agenturen an Druckereien, die damit ihren Kommunikationsprozess wesentlich effizienter gestalten, was auch die Bindung zwischen den beteiligten Unternehmen erhöht.

Mitentscheidend für den Erfolg dieses Geschäftsmodells sind hocheffiziente IT-Systeme. Im vergangenen Jahr haben wir auf der IPEX ein Partnerprogramm mit entsprechenden Softwareanbietern vorgestellt, mit denen unsere Kunden die unterschiedlichsten Geschäftsmodelle in diesem Bereich realisieren können. Dieses Programm werden wir weiter ausbauen. Schon auf der im September anstehenden Messe in den USA dürfen unsere Kunden hier mit Neuigkeiten rechnen.

## **Übernahme CERM**

Ausgefeilte und spezielle IT-Lösungen sind auch bei der Gestaltung von Management-Informationssystemen gefordert, wie sie in Druckereien immer stärker verbreitet sind. Anfang dieses Jahres haben wir den belgischen Softwarespezialisten CERM übernommen, der auf Management-Informationssysteme für den Werbedruck sowie den Etikettendruck spezialisiert ist. Wir werden die CERM-Lösungen schrittweise in unseren Druckerei-Workflow Prinect integrieren und auf der drupa 2012 einen vollintegrierten Management- und Produktionsworkflow vorstellen. Das weltweite Marktvolumen für Management-Informationssysteme in der Printmedien-Industrie wird auf rund 200 Millionen Euro geschätzt – das ist also ein durchaus großer und interessanter Markt.

## ***Chart: Weltweit hohes Marktvolumen für Verbrauchsmaterialien***

Eines unserer Hauptziele ist es, meine sehr verehrten Damen und Herren, unser Geschäft insgesamt von der Konjunktur unabhängiger zu machen. Hierzu werden wir auch den Handel mit Verbrauchsmaterialien weiter ausbauen, also das Geschäft mit Farben, Lacken, Druckplatten, Reinigungsmitteln und

zahlreichen anderen Produkten, die in der Druckerei Verwendung finden. Ich hatte es bereits gesagt: das weltweite Druckvolumen wächst immer weiter. Und weil die Produkte qualitativ immer hochwertiger werden, also immer mehr und effektvollere Farben und Lack aufs Papier gebracht werden, steigt auch die Nachfrage nach Verbrauchsmaterialien überproportional stark. Ohne die Ausgaben für Papier liegt das weltweite Marktvolumen bei aktuell rund 8 Milliarden Euro. Das ist deutlich mehr als das Volumen für Bogenoffset-Druckmaschinen selbst.

Heute liegt unser Marktanteil bei Verbrauchsmaterialien nur bei rund 4 Prozent, mittelfristig wollen wir ihn auf 7 Prozent steigern. Erreichen werden wir dies sowohl durch organisches Wachstum als auch, sofern sich entsprechende Möglichkeiten ergeben, durch Zukäufe. Etliche Hersteller von Verbrauchsmaterialien haben uns bereits den Vertrieb von sich aus übertragen – weil sie erkannt haben, dass kein anderes Unternehmen außer Heidelberg mit seinem extrem dicht geknüpften Vertriebsnetz einen derart breiten Zugang zu den Offset-Druckereien weltweit besitzt.

In den USA planen wir, einen kleinen Standort für die Herstellung von Drucklacken aufzubauen. In Nordamerika arbeiten sehr viele Druckereien mit Heidelberg-Maschinen – mit einer eigenen Produktion vor Ort könnten wir sie direkt und ohne das Risiko von Währungsschwankungen beliefern.

Wir vertreiben unsere Verbrauchsmaterialien unter dem Produktnamen Saphira. Diese Produkte werden von uns intensiv getestet und unterliegen damit besonders hohen Qualitätsanforderungen. Gegenüber unseren Wettbewerbern differenzieren wir uns auch dadurch, dass wir seit diesem Jahr eine eigene Produktlinie mit dem Namen Saphira Eco in unser Programm aufgenommen haben. Saphira Eco Produkte unterliegen den strengsten Umweltkriterien in der Printmedien-Industrie. Umweltschutz genießt in den Druckereien einen immer höheren Stellenwert.

Wir helfen aber nicht nur unseren Kunden dabei, umweltfreundlicher zu produzieren. Bezogen auf unser eigenes Unternehmen haben wir unser traditionell großes Engagement für den Umweltschutz im zurückliegenden Jahr noch einmal ausgebaut. Die Themen Umweltschutz und Nachhaltigkeit sind in der strategischen Agenda von Heidelberg fest verankert. Im vergangenen Jahr haben wir ein so genanntes ECO Council installiert, in dem Mitglieder der obersten Managementebene aus unterschiedlichsten Disziplinen bis hin zum Vorstand die Umweltaspekte bei Heidelberg weiter vorantreiben.

### ***Chart: Fokus China***

Einen ganz besonderen Stellenwert für die weitere Entwicklung von Heidelberg besitzt China. Meine Damen und Herren, lassen Sie mich auf diesen Stellenwert näher eingehen.

China hat sich im vergangenen Jahrzehnt enorm entwickelt, das Wachstum der Volkswirtschaft erreichte in dieser Zeit Jahr für Jahr fast 10 Prozent. Diese Entwicklung wird nach Meinung von Wirtschaftsinstituten – auch trotz der aktuell ausgeweiteten Liquiditätsverknappung im chinesischen Bankensystem – weiterhin anhalten. Das Tempo allerdings dürfte sich dabei verlangsamen. China hat inzwischen Deutschland als Exportweltmeister abgelöst, beim Bruttoinlandsprodukt liegt das Land bereits auf Rang drei, bald wird es auch Japan überholen und mittel- bis langfristig zu den USA aufschließen. Und auch in China gilt: Je stärker das Wachstum, desto mehr wird gedruckt, und zwar sowohl im Werbe- und Akzidenzdruck als auch im Verlagswesen und vor allem im Verpackungsbereich. Die besten Maschinen für diese Zwecke kommen ohne Frage aus Deutschland, eine Zeit lang hat China bestimmte Formatklassen allerdings mit hohen Einfuhrzöllen belegt.

### ***Chart: Ausbau des Produktionsstandorts in Qingpu***

Heidelberg hat als erster und bisher auch einziger der etablierten Druckmaschinenhersteller erkannt, dass es Sinn macht, unmittelbar in China zu produzieren. Und zwar standardisierte, zuverlässige Maschinen mit niedrigem Automatisierungsgrad – also genau das, was viele chinesische Druckereien in

erster Linie brauchen. Vor fünf Jahren haben wir in Qingpu in der Nähe von Shanghai ein kleines Werk eröffnet. Bis heute ist das Werk bereits stark gewachsen, im September nehmen wir den dritten Bauabschnitt in Betrieb. Wir fertigen in China vor allem Standardmodelle unserer Baureihen. Ich sage bewusst Standardmodelle, die komplexeren Varianten werden wir nach wie vor in Wiesloch-Walldorf produzieren.

Derzeit stammt bereits jede dritte Maschine, die wir in China verkaufen, aus Qingpu – und dieser Anteil wird weiter wachsen. China ist für uns ohne jeden Zweifel eine Erfolgsstory, meine Damen und Herren. Unsere Entscheidung, dort ein Werk zu errichten, hat sich als absolut richtig erwiesen. Dennoch übersehen wir nicht, dass mit der wachsenden Bedeutung des Landes für unser Geschäft auch ein gewisses Risiko entstehen kann. Negativ auf das Volumen könnte sich beispielsweise auswirken, wenn sich die Inflationstendenzen in China weiter verstärken sollten. Diesem Risiko wollen wir dadurch gegensteuern, dass wir von Qingpu aus künftig auch andere Länder in der Region beliefern, wenn der Bedarf im Lande selbst sinkt. Die hierfür erforderlichen Strukturen bauen wir gerade auf.

***Chart: Heidelberg ist auf dem Weg der Erholung***

Meine Damen und Herren, auch wenn es sich in der momentanen Bewertung von außen nicht widerspiegelt, eines ist sicher: Heidelberg hat aus dem tiefen Tal der beiden vergangenen Jahre herausgefunden. Wir haben operativ und bilanziell die Dinge angepackt, um die Voraussetzungen für künftiges Wachstum und nachhaltige Profitabilität zu schaffen.

Der Start in das neue Geschäftsjahr gestaltete sich jedoch zunächst verhalten. Unser Umsatz im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2011/12 liegt nach vorläufigen Berechnungen mit 544 Millionen Euro währungsbereinigt zwar auf dem Niveau des Vorjahres, jedoch leicht unter unseren eigenen Erwartungen. Die Gründe dafür sind unter anderem Umsatzverschiebungen auf die nachfolgenden Quartale in Folge der Erdbebenkatastrophe in Japan sowie Verzögerungen aus der bereits erwähnten ausgeweiteten

Liquiditätsverknappung im chinesischen Bankensystem. Wegen der weiterhin hohen Nachfrage und des anhaltend hohen Wirtschaftswachstums in diesem Markt gehen wir jedoch davon aus, dass diese Auswirkungen auf die Geschäftsentwicklung von Heidelberg nur temporär sind und bis Ende des Kalenderjahres 2011 wieder aufgeholt werden können.

Der vorläufige Auftragseingang verlief jedoch im Rahmen unserer Planung. In den Monaten April bis Juni konnten wir Aufträge in Höhe von rund 665 Millionen Euro hereinholen, was einen weiteren Anstieg im Vergleich zum Vorquartal bedeutet. Dies hat zur Folge, dass unser vorläufiger Auftragsbestand sich gegenüber dem Vorquartal auf 718 Mio. Euro erhöht hat.

Das Ergebnis unseres konsequenten Kostenmanagements wird beim betrieblichen Ergebnis sichtbar werden. Dieses wird sich im ersten Quartal gegenüber dem Vorjahr bei nahezu gleichem Umsatzvolumen verbessern.

Soweit zum gerade abgelaufenen ersten Quartal, die endgültigen Zahlen werden wir wie angekündigt am 9. August vorlegen. Sie sehen aber bereits jetzt, dass die Rahmenbedingungen, wie wir sie bei der Vorlage des Jahresabschlusses im Juni beschrieben haben, einen starken Einfluss auf unser Geschäft haben und auch weiterhin haben werden.

Die globalen Konjunktur- und Marktrisiken sind nach wie vor hoch, insgesamt haben sie zugenommen. Die Verschärfung der Schuldenkrise einiger europäischer Staaten sowie die hohe Staatsverschuldung der USA könnten die gesamtwirtschaftliche Dynamik bremsen. Gleichwohl streben wir bei einer stabilen Entwicklung der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen und der Branche im laufenden Geschäftsjahr 2011/12 – auf Basis eines höheren operativen Ergebnisses und des geringeren Finanzierungsaufwands – weiterhin ein ausgeglichenes Vorsteuerergebnis an.

Im kommenden Mai wird in Düsseldorf – wie alle vier Jahre – die Branchenleitmesse drupa stattfinden, von der traditionell starke Impulse auf

unser Geschäft ausgehen. Wie stark diese Impulse genau sein werden, ist diesmal aber nur recht schwer abzuschätzen. Viel wird davon abhängen, ob die Investitionsbereitschaft der Druckereien in wichtigen Märkten wie den USA, Kanada, Australien oder Japan bis dahin wieder größer ist.

Beobachten muss man zudem die Entwicklung des Immobiliensektors und mögliche inflationäre Tendenzen in China. Insgesamt ist durch steigende Rohstoff- und Energiepreise das Inflationsrisiko gewachsen. Die Auswirkungen der Katastrophen in Japan auf die Wirtschaft des Landes sowie auf die Weltwirtschaft sind derzeit nur schwer zu prognostizieren. Auch die politischen Veränderungen im arabischen Raum führen zu Unwägbarkeiten. Zudem könnte die Weltwirtschaft durch die Volatilitäten und Verschiebungen der Paritäten der Wechselkurse belastet werden.

Meine Damen und Herren, wir beobachten die aktuellen konjunkturellen Entwicklungen in der Welt sehr genau, kurzfristige Weiterentwicklungen sind allerdings schwer vorherzusagen. Sollten die globalen Konjunktur- und Marktrisiken weiter zunehmen und sich negativ auf das Marktumfeld sowie unseren Geschäftsverlauf auswirken, stehen uns weiterhin kurzfristige Instrumente zur Kapazitätsanpassung zur Verfügung.

Unser mittelfristiges Ziel behalten wir jedoch fest im Blick: In den kommenden zwei bis drei Jahren wollen wir wieder einen Umsatz von mehr als 3 Milliarden Euro und eine EBIT-Marge von mehr als 5 Prozent erzielen. Bei einer insgesamt stabilen Entwicklung rechnen wir damit, dass wir uns im laufenden und im nächsten Geschäftsjahr diesem Ziel schrittweise nähern werden – der Umsatzzuwachs im Folgejahr sollte durch die drupa 2012 und die weitere Erholung der Printmedien-Industrie größer als im laufenden Geschäftsjahr ausfallen und zu einem positiven Nachsteuerergebnis führen.

Meine Damen und Herren, Heidelberg hat den operativen Turnaround geschafft, das Unternehmen ist gut aufgestellt, operativ wie bilanziell sind die Voraussetzungen für ein profitables Wachstum geschaffen. Unsere Ziele sind

klar definiert, wir werden alle unsere Anstrengungen darauf ausrichten einen Mehrwert für unsere Kunden, das Unternehmen und für Sie – liebe Aktionärinnen und Aktionäre – zu schaffen.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit und für das in uns gesetzte Vertrauen.

***Chart: Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit***

**Wichtiger Hinweis:**

Diese Presseerklärung 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.