

# DISCOVER



## Bilanzpressekonferenz 2011/12

Bernhard Schreier, CEO  
Dirk Kaliebe, CFO  
Marcel Kießling, Sales & Services  
Stephan Plenz, Equipment  
Thomas Fichtl, Leiter Corporate Public Relations

**HEIDELBERG**

*Heidelberger Druckmaschinen AG*

*14. Juni 2012*

# Neue Produkte, neue Organisation und stabile Finanzierung bilden die Grundlage für eine nachhaltig profitable Zukunft

## Überblick Geschäftsjahr 2011/12

- **Unternehmen auf Anforderungen des Strukturwandels ausgerichtet**
- **Finanzielle Ziele**
  - ✓ Stabile Ergebnisse bei Umsatz/EBIT im Vorjahresvergleich
  - ✓ Finanzierung und Liquidität mittelfristig gesichert
- **Entwicklung der Printmedien-Industrie im zweiten Halbjahr schwach**
- **Heidelbergs Ziele aufgrund der veränderten Rahmenbedingungen verfehlt**
- **Effizienzprogramm FOCUS 2012 eingeleitet**
  - ✓ Konsequente Einleitung der Maßnahmen, um mittelfristige Ertragsziele zu erreichen
  - ✓ Bisherige Umsetzung im Plan – rund 80% des Stellenabbaus bereits vereinbart
  - ✓ Vertriebsorganisation neu ausgerichtet

# Verantwortlichkeiten Vorstand Heidelberger Druckmaschinen AG

Stand: 1. Juni 2012

<b>Bernhard Schreier</b> <b>CEO</b>	<b>Dirk Kaliebe</b> <b>CFO</b>	<b>Marcel Kießling</b> <b>Sales &amp; Services</b>	<b>Stephan Plenz</b> <b>Equipment</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Unternehmensentwicklung</li> <li>▪ Personal</li> <li>▪ Enterprise Governance</li> <li>▪ Kommunikation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Controlling</li> <li>▪ Rechnungswesen</li> <li>▪ Treasury</li> <li>▪ Steuern</li> <li>▪ IT</li> <li>▪ Investor Relations</li> <li>▪ Financial Services</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vertrieb</li> <li>▪ Marketing</li> <li>▪ Systemservice und Serviceteile</li> <li>▪ Saphira Verbrauchsmaterialien</li> <li>▪ Prinect Software</li> <li>▪ Gebrauchtmaschinen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Prepress</li> <li>▪ Press (Digital/Offset)</li> <li>▪ Postpress</li> </ul>

# DISCOVER



## Bilanzpressekonferenz 2011/12

Bernhard Schreier, CEO  
Dirk Kaliebe, CFO  
Marcel Kießling, Sales & Services  
Stephan Plenz, Equipment  
Thomas Fichtl, Leiter Corporate Public Relations

**HEIDELBERG**

*Heidelberger Druckmaschinen AG*

*14. Juni 2012*

## Rückblick GJ 2011/2012

- Erhebliche Reduzierung der Kapazitäten und Fixkosten im Rahmen von **HD 2010 erfolgreich durchgeführt** - Marktbelegung zu Beginn des Geschäftsjahres im Rahmen der Erwartungen.
- **Konjunkturaussichten im Jahresverlauf eingetrübt** – Nachfrageanstieg der Druckbranche bricht in zweiter Geschäftsjahreshälfte ab.
- Ursprüngliche **Prognose im Oktober 2011 angepasst** - Marktannahmen überprüft.
- Effizienzprogramm **FOCUS 2012** angekündigt und vor der drupa eingeleitet.
- Maßnahmen des Programms FOCUS 2012 zum Teil bereits umgesetzt und **Kapazitäten durch Effizienzprogramm nachhaltig reduziert**.
- An mittelfristigen **Profitabilitätszielen** festgehalten.

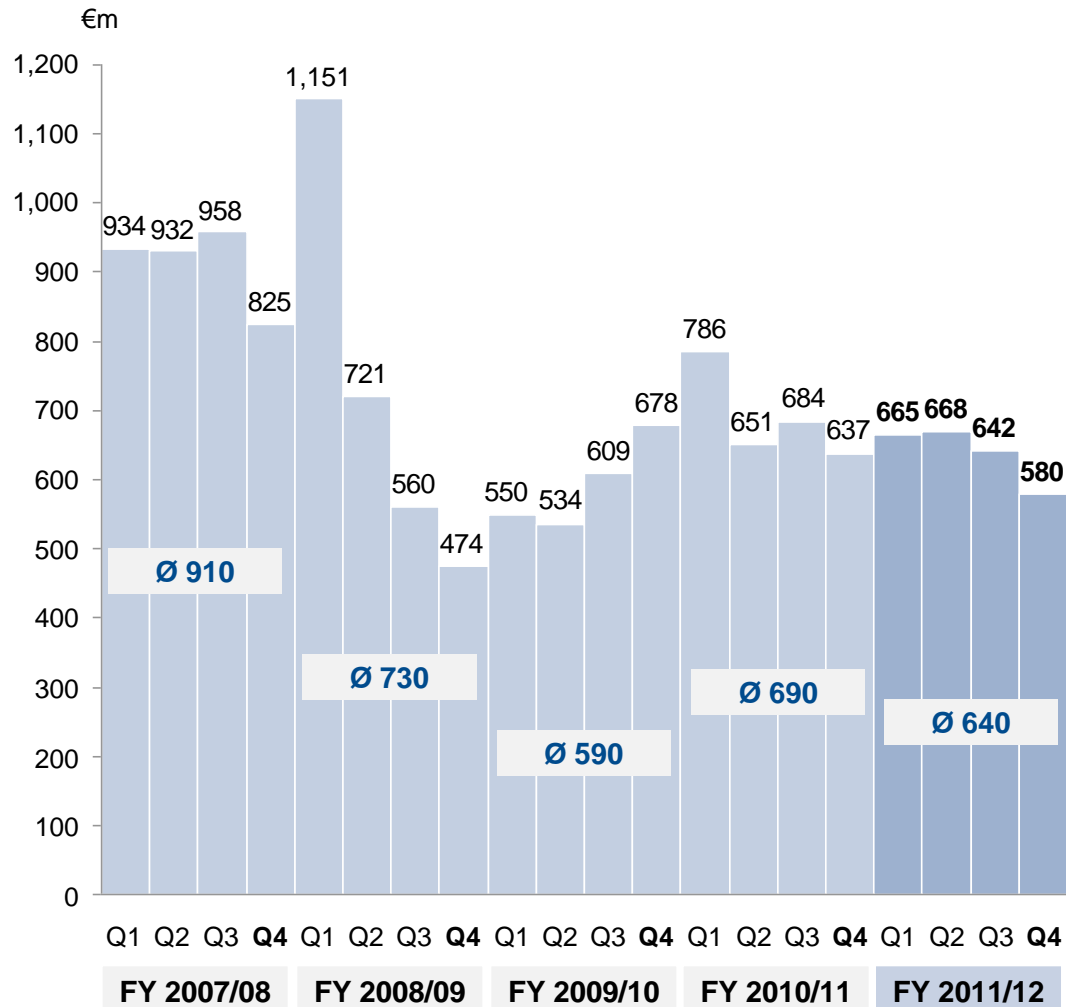
## Kennzahlen GJ 2011/12

- **Auftragseingang** in Höhe von 2,555 Mrd. Euro im Geschäftsjahr 2011/12 im Rahmen der abgesenkten Erwartungen. Deutlicher Rückgang in der zweiten Geschäfts-Jahreshälfte aufgrund der EURO-Schuldenkrise, des “Arabischen Frühlings”, der größeren konjunkturellen Unsicherheiten und des Vor-drupa-Effekts. Auftragsbestand stabil bei rund 506 Mio. Euro.
- **Umsatz** liegt mit insgesamt 2,596 Mrd. Euro im Geschäftsjahr 2011/12 währungsbereinigt auf dem Vorjahresniveau. Q4 mit 784 Mio. Euro umsatzstärkstes Quartal seit drei Jahren.
- **EBIT:** Das Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit (vor Sondereinflüssen) lag mit 3 Mio. Euro im Geschäftsjahr 2011/12 trotz des gesunkenen Umsatzvolumens und höherer Risikovorsorge auf dem Niveau des Vorjahres.
- **Free Cashflow** liegt mit 10 Mio. Euro im Geschäftsjahr 2011/12 deutlich über den Erwartungen.
- **Nettofinanzverschuldung** von 243 Mio. Euro konnte im Vergleich zum Vorquartal leicht verbessert werden. Die Eigenkapitalquote liegt bei knapp 23 Prozent.
- Das im Januar 2012 gestartete Effizienzprogramm **FOCUS 2012** liegt im Plan. Nachhaltiges Kosteneinsparziel von 180 Mio. Euro ab Geschäftsjahr 2013/14, davon bis zu 1/3 bereits im Geschäftsjahr 2012/13.

# Geschäftsentwicklung

## Auftragseingang – Verzögerte Erholung

Auftragseingang (Quartalsentwicklung)

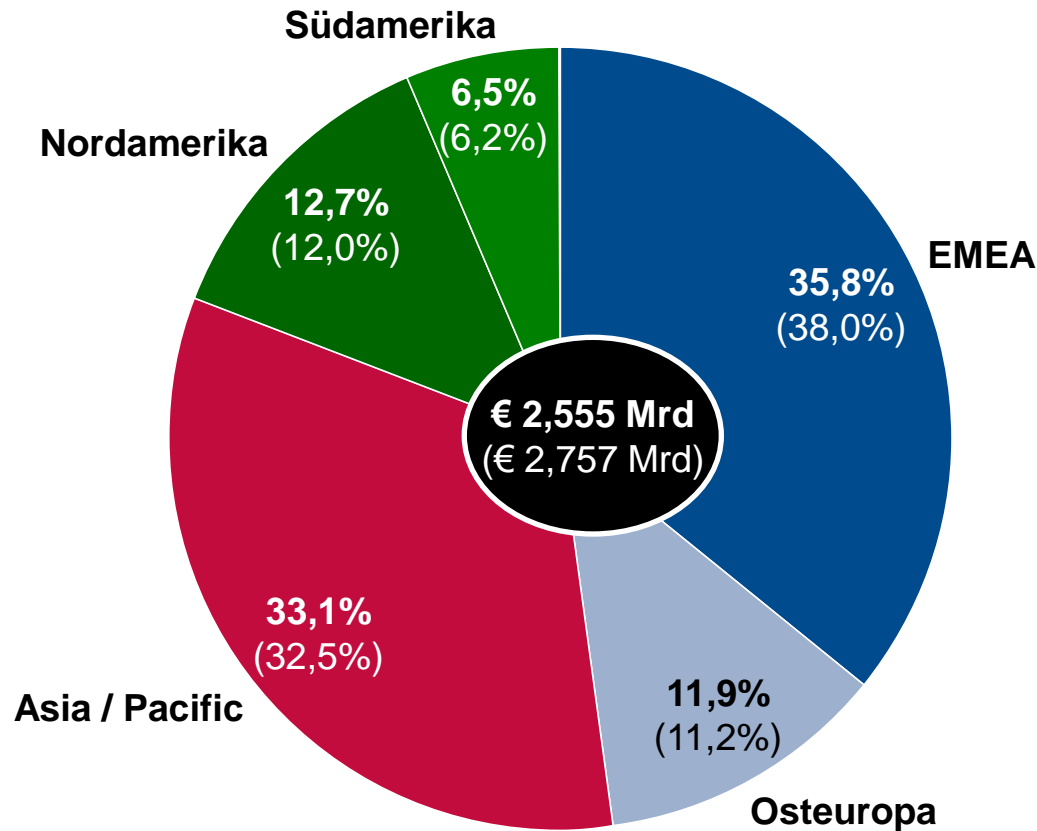


- Konjunkturaussichten im Jahresverlauf eingetrübt – Dynamik in Industrieländern ausgebremst
- Deutlicher Rückgang in der zweiten Geschäftsjahreshälfte aufgrund der EURO-Schuldenkrise, des “Arabischen Frühlings”, der größeren konjunkturellen Unsicherheiten und des Vor-Drupa-Effekts.
- Wirtschaftliche Unsicherheiten in der Branche - Erholung in Industrieländern verzögert, Schwellenländer wachsen weiter
- Unsicherheit wird durch Insolvenz eines Wettbewerbers kurzfristig verstärkt
- Wechselkursentwicklung begünstigt europäische Anbieter

## Geschäftsentwicklung

Auftragseingang – Unsicherheiten in EMEA und Stabilisierung in Nordamerika

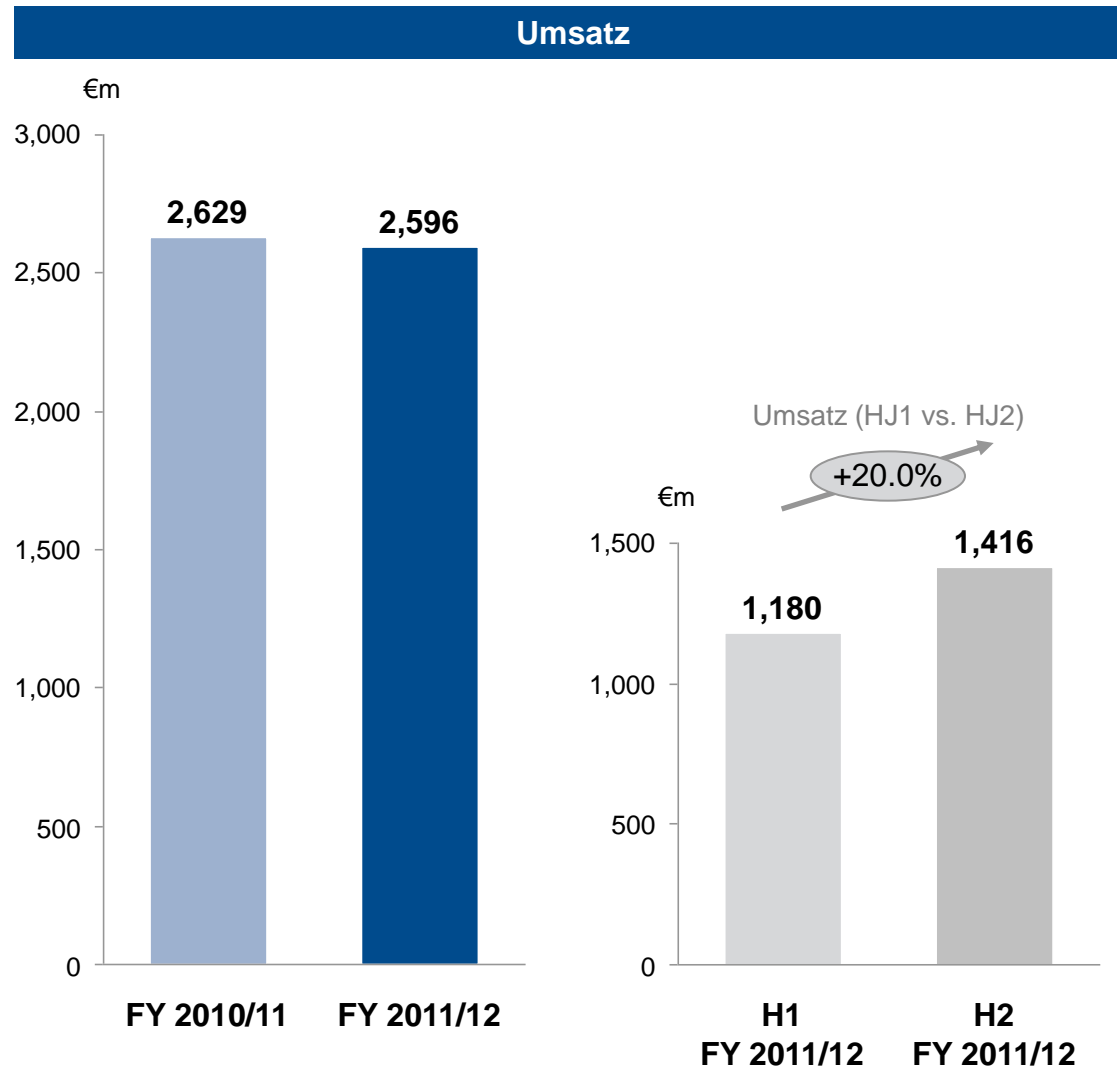
Auftragseingang – aufgeteilt in Regionen



- EMEA: Rückgang aufgrund EURO-Schuldenkrise und Arabischer Frühling; Vorjahr positiv beeinflusst durch Messe IPEX
- Südamerika: Investitionszurückhaltung zwischen Messen (ExpoPrint)
- Nordamerika: Druckbranche in den USA beginnt wieder zu investieren
- Asia / Pacific: China unter Vorjahr aufgrund restriktiverer Finanzpolitik und Auslaufen von Konjunkturprogrammen
- Stabilisierung der Rahmenbedingungen in Osteuropa

## Geschäftsentwicklung

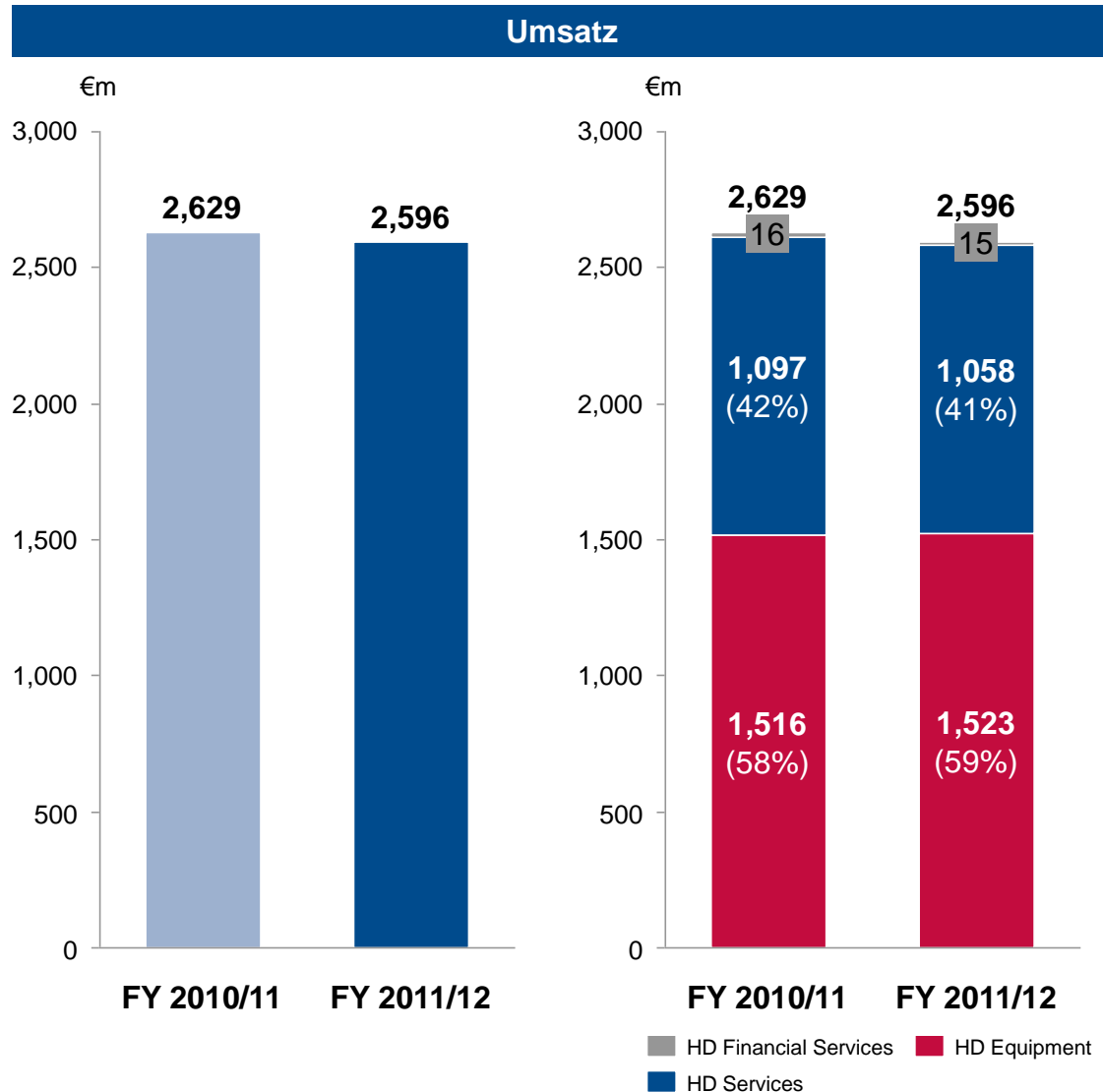
Umsatz – Stabiler Umsatz und wachsender Anteil der Schwellenländer



- Abschwächung des Auftragseingangs - Umsatz daher währungsbereinigt nur auf Vorjahresniveau
- Viertes Quartal umsatzstärkstes Quartal seit drei Jahren (784 Mio. Euro)
- Anteil der Schwellenländer am Umsatz weiter gewachsen und beträgt nun rund 46%
- Stabile Entwicklung in China, Brasilien und Russland
- Rückgang in Industrieländern, insbesondere in Deutschland und in Großbritannien

# Geschäftsentwicklung

## Umsatz – nach Sparten

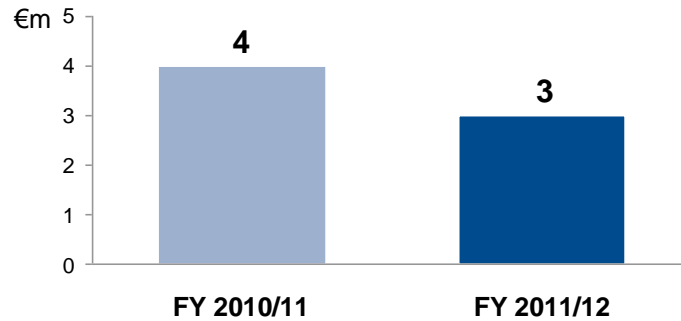


- HD Equipment stabil auf Vorjahresniveau
- HD Services sinkt leicht – Rückgang bei Gebrauchtmaschinen
- Mehrumsatz bei Verbrauchsmaterial
- Umsatz bei Financial Services durch kleineres Direktfinanzierungsportfolio planmäßig rückläufig

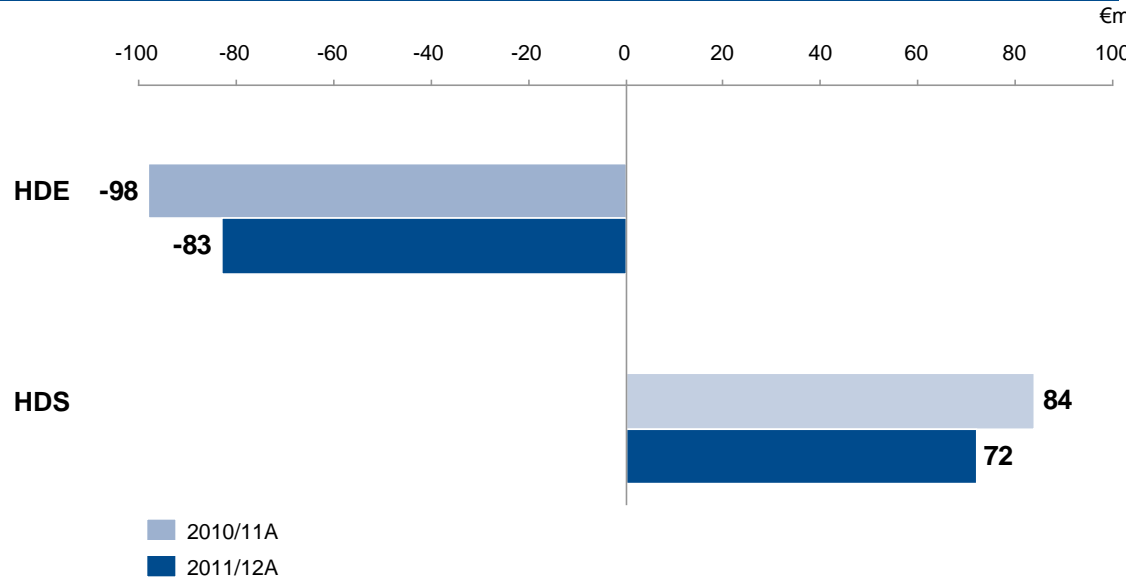
# Geschäftsentwicklung

Operatives Ergebnis – trotz höherer Risikovorsorge auf Vorjahresniveau

## EBIT



## EBIT nach Sparten\* (ohne Sondereinflüsse)



\* Heidelberg Financial Services: FY 10/11: €18m; FY 11/12: €14m)

- Operatives Ergebnis ohne Sondereinflüsse trotz leicht rückläufigem Umsatz und Einmalbelastung auf Vorjahresniveau
- Höhere Risikovorsorge im niedrigen zweistelligen Mio.-€-Bereich belastet Segment HD Equipment
- EBITDA sinkt auf € 90m durch längere Abschreibungsdauern (niedriger einstelliger Millionenbetrag) und geringerem Anlagevermögen
- HD Services durch geringeren Umsatz und niedrigere Kapazitätsauslastung belastet

## Kennzahlen

in €m	FY 2011	FY 2012	$\Delta$ to pY
	01.04.2010 - 31.03.2011	01.04.2011 - 31.03.2012	
<b>Net Sales</b>	<b>2.629</b>	<b>2.596</b>	-1,3%
EBITDA	104	90	-14
<b>EBIT before Special items</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	-1
Special items	-2	142	
Financial result	-149	-90	59
<b>Profit before Tax</b>	<b>-143</b>	<b>-229</b>	<b>-86</b>
Net profit/Net loss	-129	-230	-101
<b>Free Cash Flow</b>	<b>75</b>	<b>10</b>	<b>-65</b>
<b>Net debt</b>	<b>247</b>	<b>243</b>	<b>-4</b>

- Sondereinflüsse beinhalten rund 130 Mio. Euro Aufwand für Personal- und Strukturmaßnahmen im Rahmen von FOCUS 2012
- Verbesserte Kapitalstruktur und konsequentes Asset Management reduzieren Finanzergebnis um rund ein Drittel
- Vorsteuerergebnis auch aufgrund der Sondereinflüsse deutlich negativ
- Weiterhin konservative Bilanzierung bei latenten Steuern
- Stabile Nettoverschuldung auf niedrigem Niveau

# Bilanz

in €m	FY2010	FY 2011	FY 2012
	31.03.2010	31.03.2011	31.03.2012
<b>Fixed assets</b>	<b>924</b>	<b>869</b>	<b>835</b>
<b>Current assets</b>	<b>1.769</b>	<b>1.639</b>	<b>1.624</b>
<i>thereof inventories</i>	827	748	786
<i>thereof receivables from customer financing</i>	212	178	156
<i>thereof trade receivables</i>	396	377	361
<i>thereof liquid assets</i>	121	148	195
<b>Def tax assets, Prepaid expenses, other</b>	<b>186</b>	<b>135</b>	<b>59</b>
<i>thereof deferred tax assets</i>	151	119	39
<i>thereof deferred income</i>	18	15	18
<b>Total assets</b>	<b>2.879</b>	<b>2.643</b>	<b>2.518</b>

in €m	FY2010	FY 2011	FY 2012
	31.03.2010	31.03.2011	31.03.2012
<b>Shareholder's equity</b>	<b>579</b>	<b>869</b>	<b>576</b>
<b>Provisions</b>	<b>938</b>	<b>815</b>	<b>933</b>
<i>thereof provisions for pensions</i>	225	221	326
<b>Other Liabilities</b>	<b>1.262</b>	<b>882</b>	<b>933</b>
<i>thereof trade payables</i>	132	130	165
<i>thereof financial liabilities</i>	816	395	438
<b>Def. tax liabilities, deferred income</b>	<b>100</b>	<b>77</b>	<b>76</b>
<i>thereof deferred tax liabilities</i>	13	6	8
<i>thereof deferred income</i>	88	71	68
<b>Total equity and liabilities</b>	<b>2.879</b>	<b>2.643</b>	<b>2.518</b>
<i>Equity ratio</i>	20%	33%	23%
<i>Net debt</i>	695	247	243

# Bilanz

## Aktiva

in €m	FY2010	FY 2011	FY 2012
	31.03.2010	31.03.2011	31.03.2012
<b>Fixed assets</b>	<b>924</b>	<b>869</b>	<b>835</b>
<b>Current assets</b>	<b>1.769</b>	<b>1.639</b>	<b>1.624</b>
<i>thereof inventories</i>	827	748	786
<i>thereof receivables from customer financing</i>	212	178	156
<i>thereof trade receivables</i>	396	377	361
<i>thereof liquid assets</i>	121	148	195
<b>Def tax assets, Prepaid expenses, other</b>	<b>186</b>	<b>135</b>	<b>59</b>
<i>thereof deferred tax assets</i>	151	119	39
<i>thereof deferred income</i>	18	15	18
<b>Total assets</b>	<b>2.879</b>	<b>2.643</b>	<b>2.518</b>

- Anlagevermögen sinkt aufgrund intensiverer Nutzung der Ressourcen; Investitionen weiter unter den Abschreibungen
- Mittelbindung über Asset Management und Net Working Capital Management erneut reduziert
- Vorräte messebedingt leicht über dem Vorjahr
- Forderungen aus Absatzfinanzierung auf neuem Tiefstand
- Anstieg der liquiden Mittel aufgrund des positiven FCF in Q4
- Weiterhin konservative Bilanzierung bei latenten Steuern
- Bilanzsumme weiter reduziert und liegt unter der Gesamtleistung

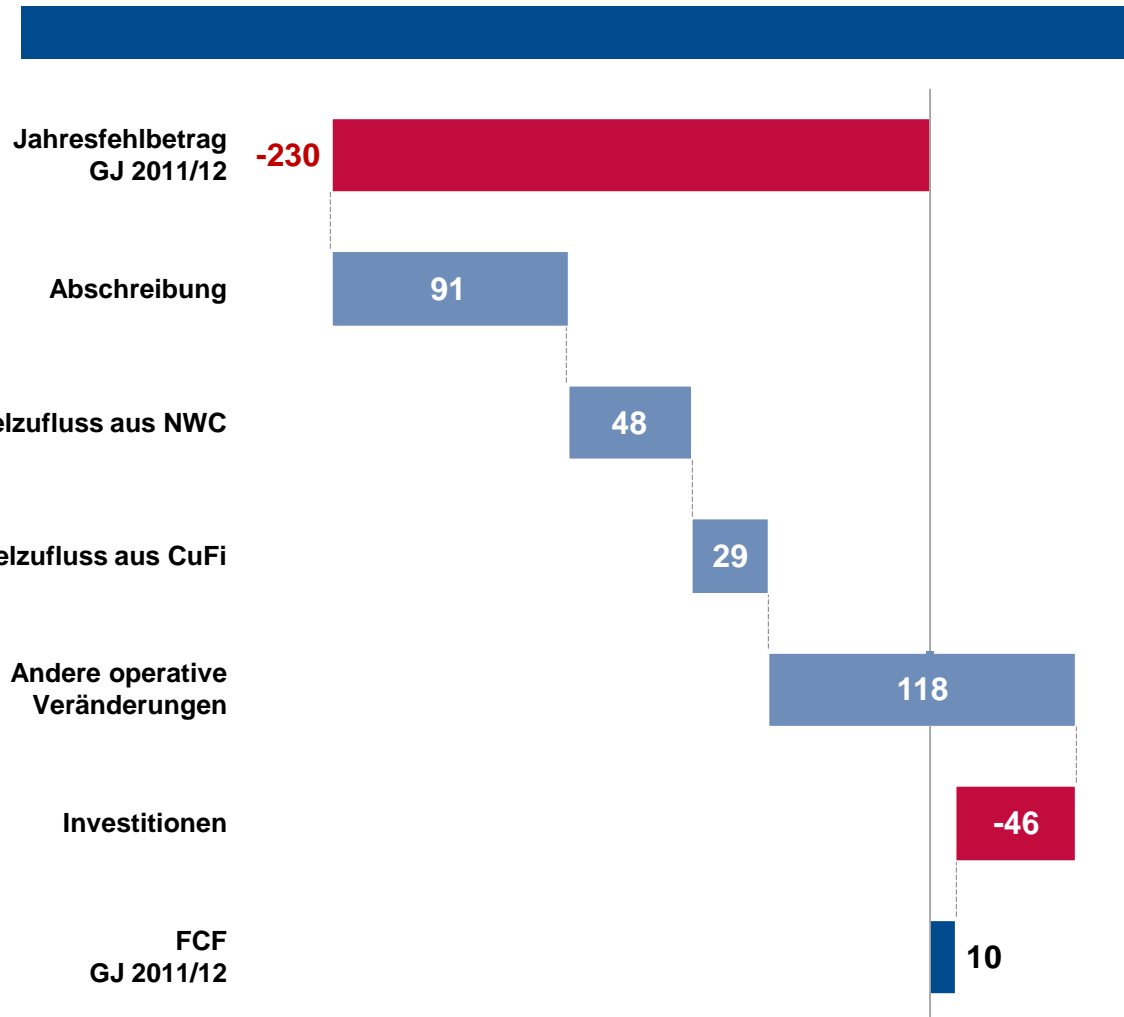
# Bilanz

## Eigenkapital und Verschuldung

in €m	FY2010	FY 2011	FY 2012
	31.03.2010	31.03.2011	31.03.2012
<b>Shareholder's equity</b>	<b>579</b>	<b>869</b>	<b>576</b>
<b>Provisions</b>	<b>938</b>	<b>815</b>	<b>933</b>
<i>thereof provisions for pensions</i>	225	221	326
<b>Other Liabilities</b>	<b>1.262</b>	<b>882</b>	<b>933</b>
<i>thereof trade payables</i>	132	130	165
<i>thereof financial liabilities</i>	816	395	438
<b>Def. tax liabilities, deferred income</b>	<b>100</b>	<b>77</b>	<b>76</b>
<i>thereof deferred tax liabilities</i>	13	6	8
<i>thereof deferred income</i>	88	71	68
<b>Total equity and liabilities</b>	<b>2.879</b>	<b>2.643</b>	<b>2.518</b>
<i>Equity ratio</i>	20%	33%	23%
<i>Net debt</i>	695	247	243

- Eigenkapital aufgrund des Jahresfehlbetrags durch die einmaligen Sonderaufwendungen für FOCUS 2012 gesunken
- Eigenkapitalquote beträgt 23%
- Veränderung der Zinsparameter führen zu höheren Pensionsrückstellungen und weiterer Reduzierung des Eigenkapitals
- Rückstellungen steigen in Summe aufgrund verschiedener Effekte: Steigende Pensionsrückstellungen, niedrigere Steuerrückstellungen und FOCUS 2012
- NWC-Management führt zu höheren Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen
- Nettoverschuldung stabil auf Vorjahresniveau

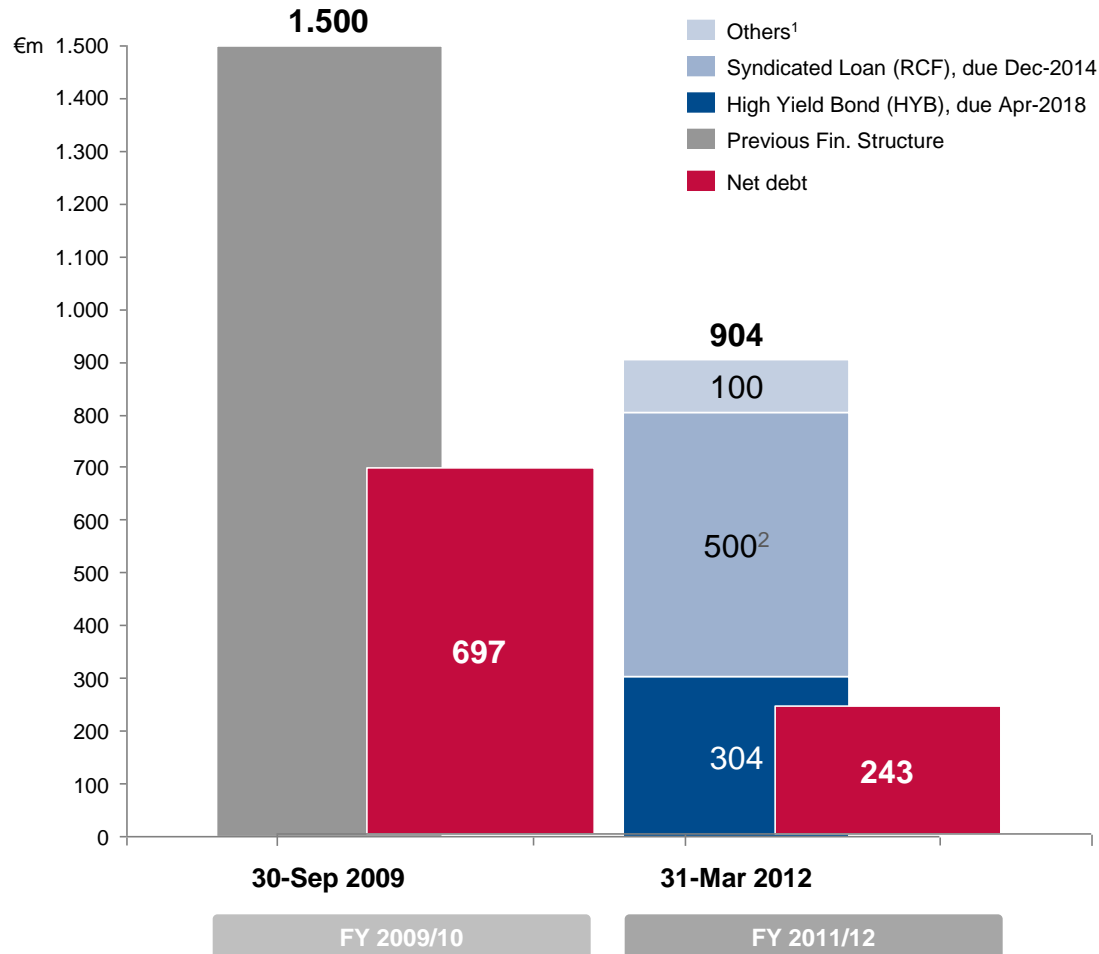
## Free Cashflow



- Hoher Jahresfehlbetrag wg. Aufwand für das Effizienzprogramm Focus 2012 – bereinigt um Sondereinflüsse deutliche Verbesserung des Cashflow
- Abschreibungen leicht unter dem Vorjahresniveau
- Mittelfreisetzung durch Optimierung im Rahmen des NWC
- Mittelfreisetzung aufgrund des geringeren eigenen Finanzierungsportfolios
- Sonstige operative Veränderungen im Wesentlichen aufgrund Rückstellung für FOCUS 2012
- Investitionen weiterhin auf niedrigem Niveau, Erweiterung des Werks in China
- Erneut positiver Free Cashflow erzielt

# Finanzierungsstruktur

Deutlich reduzierte Nettoverschuldung stabil auf niedrigem Niveau



- Ausreichend Finanzierungsrahmen vorhanden: Deutlich reduzierte Nettofinanzverschuldung (vgl. Sept. 2009) weiterhin stabil auf niedrigem Niveau
- Nettoverschuldung mit 243 Mio. Euro auf niedrigem Vorjahresniveau
- Finanzierungsrahmen von rund 900 Mio. Euro vereinbart – Erfolgreiches Asset Management ermöglicht Reduzierung der Kreditlinie um 25 Mio. Euro ab Juli 2012
- Diversifizierte Finanzierungsstruktur hinsichtlich der Finanzierungsquellen und der Fristigkeiten (Dez. 2014 und April 2018)
- Anpassung der Kreditbedingungen und der Financial Covenants der revolvingenden Kreditfazilität im März 2012, um die zusätzlichen finanziellen Belastungen aus FOCUS 2012 abzubilden

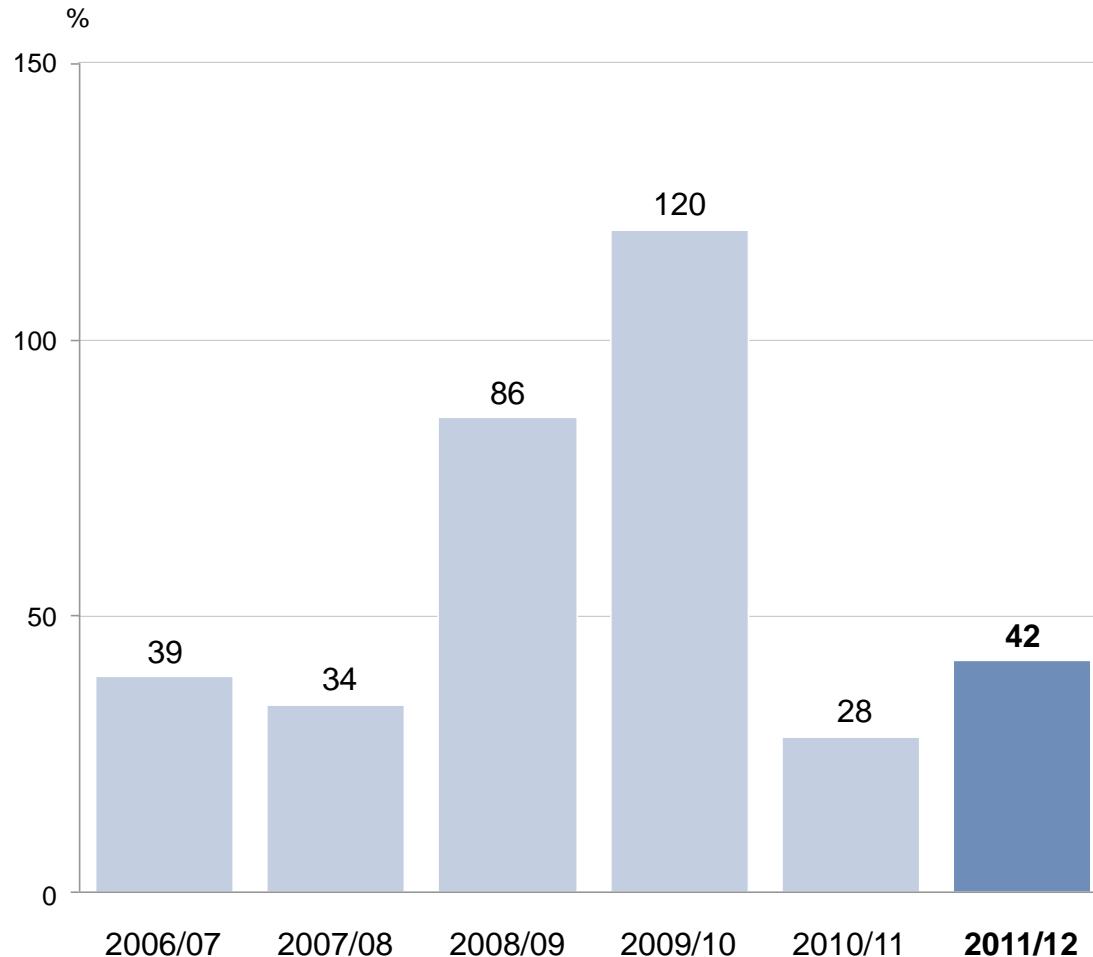
<sup>1</sup> Promissory notes, real estate lease

<sup>2</sup> Adjustment to € 475m starting Jul-2012

## Finanzierungsstruktur

Deutlich reduzierte Nettoverschuldung stabil auf niedrigem Niveau

### Nettofinanzverschuldung in Bezug zum Eigenkapital in Prozent



- Auch der Verschuldungsgrad (Relation Nettofinanzverschuldung zu Eigenkapital) zeigt die stabile Kapitalstruktur von Heidelberg
- Finanzverbindlichkeiten steigen nur leicht an und bleiben aufgrund der reduzierten Mittelbindung auf niedrigem Niveau (438 Mio. Euro)
- Der Verschuldungsgrad ist weiterhin auf dem niedrigen Vorkrisenniveau

# Effizienzprogramm FOCUS 2012

Implementierung voll im Plan

## FOCUS 2012 nach Bereichen – rund $\frac{3}{4}$ der Einsparungen in Produktion, Service und Vertrieb

### Produktion & Service

- Anpassung der Produktions- (-15%) und Servicekapazitäten an die erwarteten mittelfristigen Umsatzerwartungen.

### Vertrieb

- Anpassungen erfolgen sowohl in den Vertriebsgesellschaften als auch in der Zentrale
- Kernbereiche sind: Kapazitätsanpassung entsprechend den regionalen Märkten, Prozessstandardisierung, Konzentration von Funktionen

### Forschung & Entwicklung

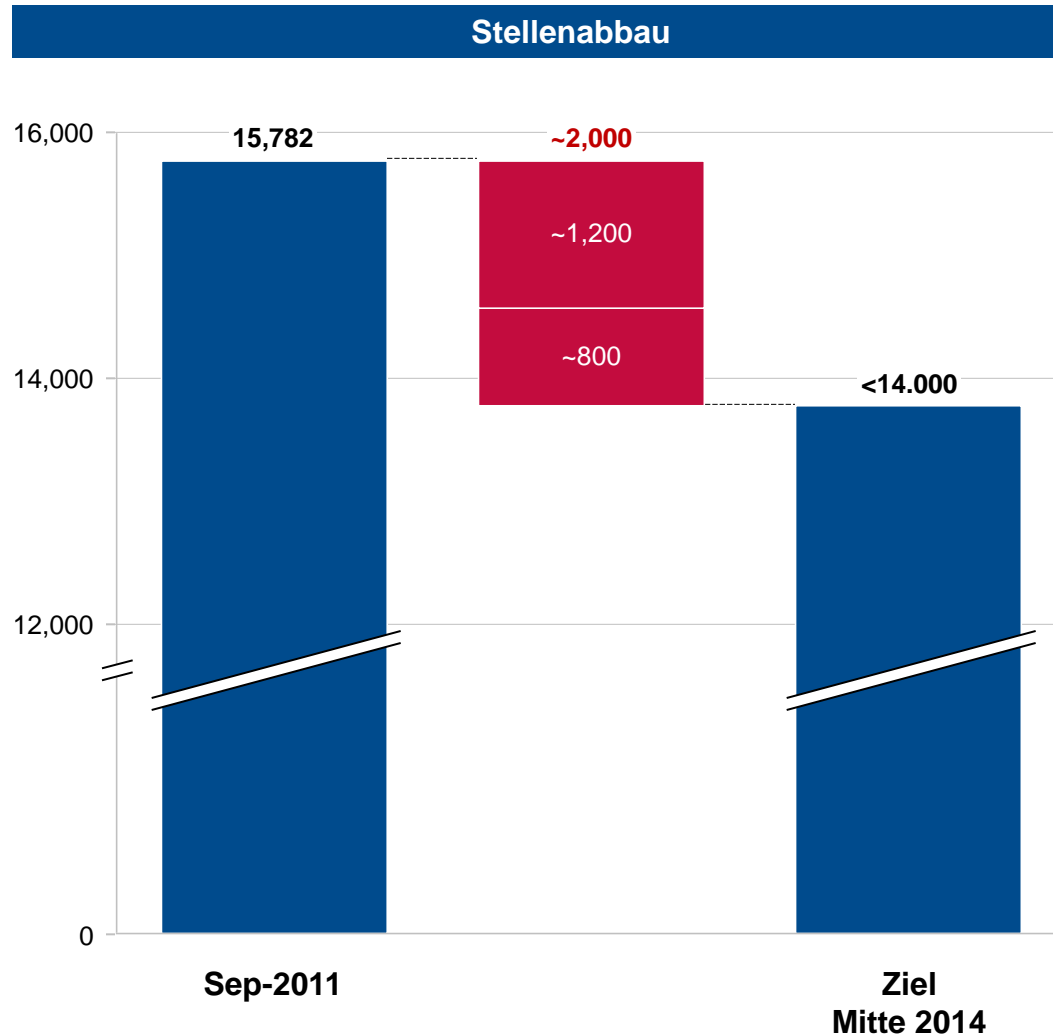
- Anpassungen der Forschungs- und Entwicklungskapazitäten

### Verwaltung / Zentralbereiche

- Anpassung der Zentralfunktionen an die Organisation sowie an Prozesse
- Zusätzliche Einsparungen erfolgen über Prozessverbesserungen, geringere IT Kosten und eine effizientere Ausnutzung der Gebäude

## Effizienzprogramm FOCUS 2012

Implementierung voll im Plan mit deutlicher Kapazitätsreduzierung



Mitarbeiterzahl März 2012: 15.414

- ✓ **November 2011:** Ankündigung weiterer Kostensenkungsmaßnahmen
- ✓ **Januar 2012:** Effizienzprogramm Focus 2012 und Maßnahmen zur weiteren Kapazitätsreduzierung verabschiedet
- ✓ **März 2012:** Abschluss der Verhandlungen über die Senkung der weltweiten Mitarbeiterzahl auf unter 14.000 bis Mitte 2014
- ✓ **Mai 2012:** Absenkung der wöchentlichen Arbeitszeit auf 31,5 Stunden für alle Mitarbeiter an den deutschen Standorten und entsprechende Reduzierung der Entgeltlinie führen zum sofortigen Kapazitätsabbau
- ✓ **Juni 2012:** Rund 80 Prozent des Stellenabbaus bereits umgesetzt

# DISCOVER



## Bilanzpressekonferenz 2011/12

Bernhard Schreier, CEO  
Dirk Kaliebe, CFO  
Marcel Kießling, Sales & Services  
Stephan Plenz, Equipment  
Thomas Fichtl, Leiter Corporate Public Relations

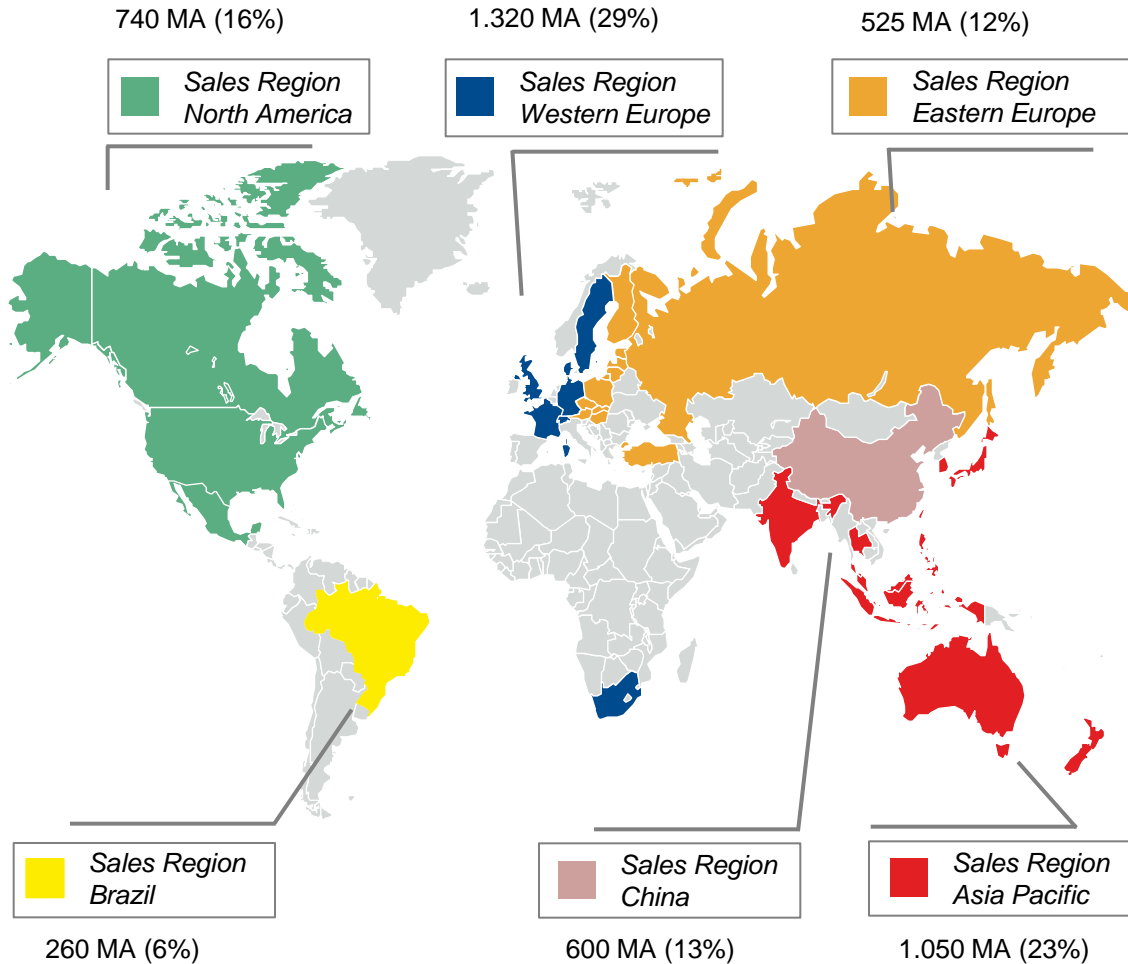
**HEIDELBERG**

*Heidelberger Druckmaschinen AG*

*14. Juni 2012*

# HD Sales & Service Organisation hat mit innovativen Lösungen, Verbrauchsmaterialien und Software die globale Marktführerschaft sichergestellt

Weltweite Sales & Service Mannschaft: rund 4.500 Mitarbeiter



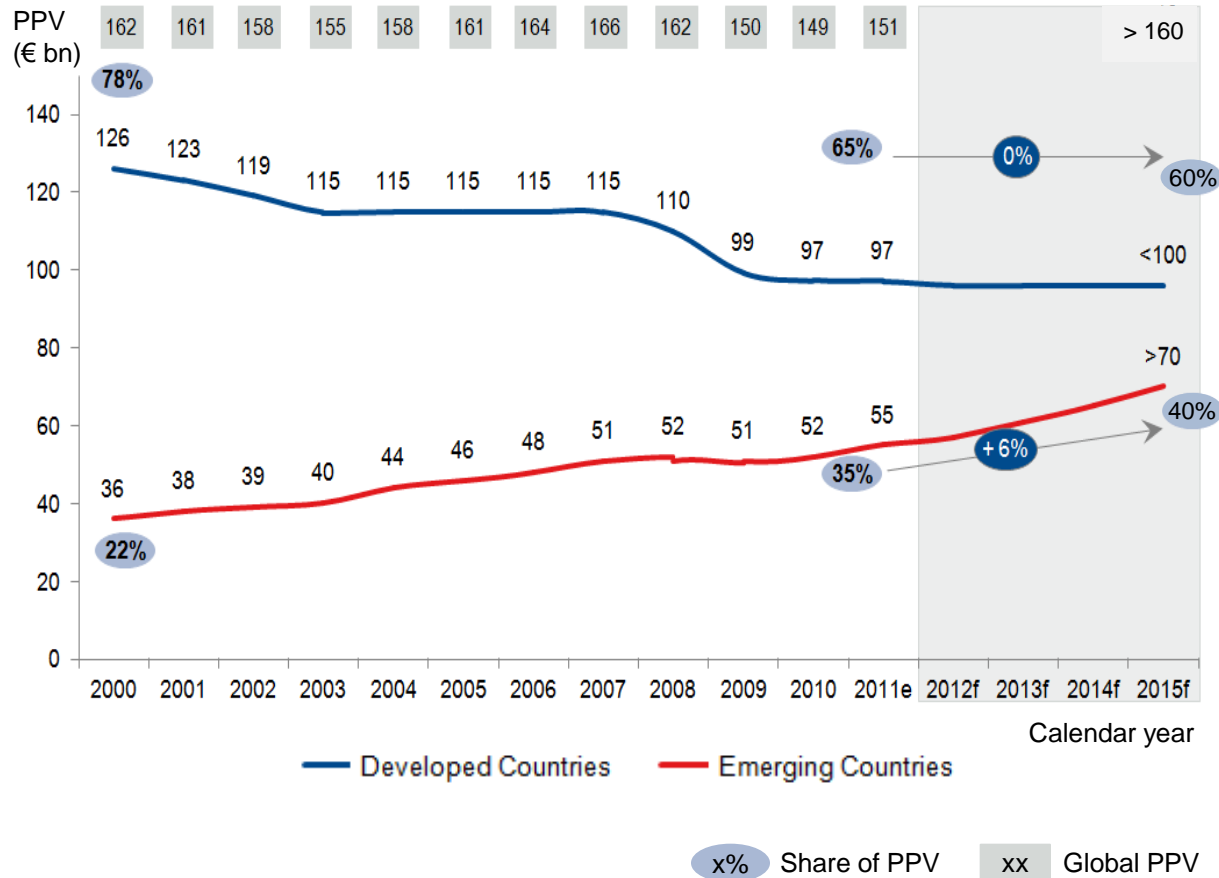
Status Quo

- ca. 4.500 Mitarbeiter in 30 Vertriebsgesellschaften, davon 2.500 im Service (55%)
  - Weltweite Vertriebspräsenz in 170 Ländern mit eigenen Gesellschaften und ausgewählten Vertriebspartnern
  - 1.500 Mitarbeiter in Schwellenländern und Wachstumsmärkten (33%)
- ➔ **Beste Marktabdeckung in der Industrie als Basis um Wachstumssegmente zu erschließen**

# Erhebliches Wachstum in Schwellenländern erwartet

## Stabiles Druckvolumen in Industrienationen auf hohem Niveau

Entwicklung des globalen Druckvolumens im Bogenoffset



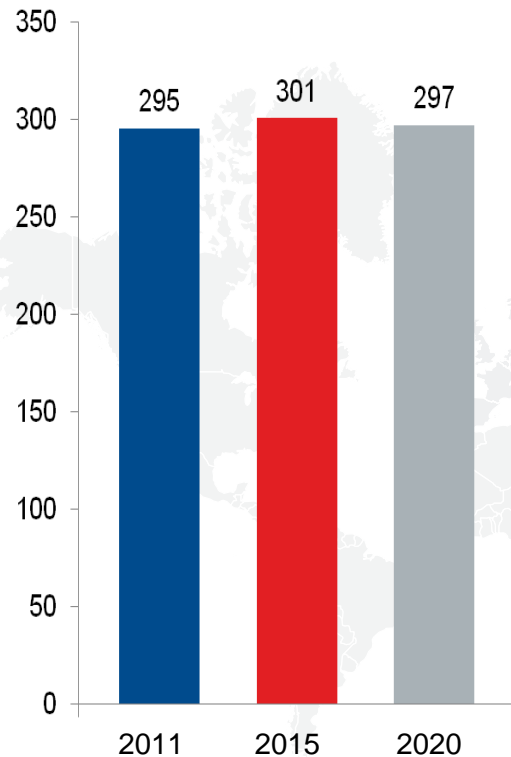
Schwellenländer und Industrienationen

- Druckvolumen in Schwellenländern wächst mit 6% p.a.
- Anteil von 40% in 2015 erwartet
- ➔ **Ausbau der Marktabdeckung in Schwellenländern**
- ➔ **Umsatzanteil Schwellenländer (46% in GJ12) steigt mittelfristig auf über 50%**
- ➔ **Führende Position in China und Brasilien**

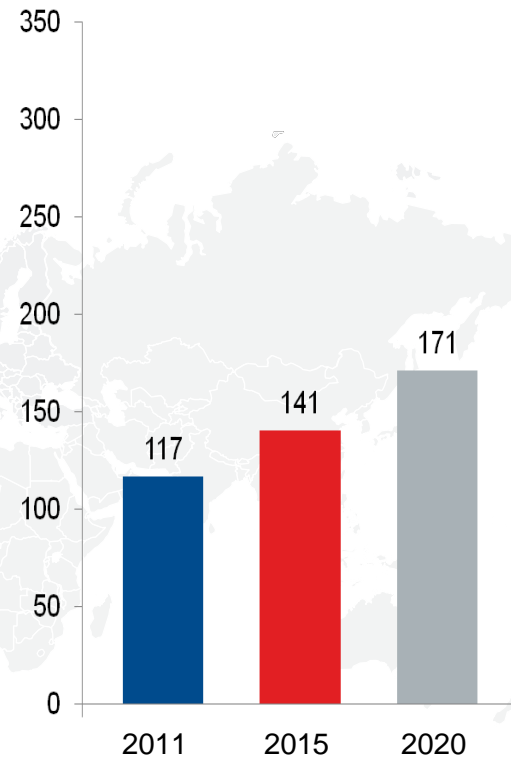
Source: HD market intelligence – April 2011; EIU; MagnaGlobal; BCG analysis

## Konsolidierung in Industrienationen - dennoch 60 % Abdeckung des weltweiten Druckvolumens (PPV)

PPV– Industrienationen [in Mrd. €]



PPV– Schwellenländer [in Mrd. €]



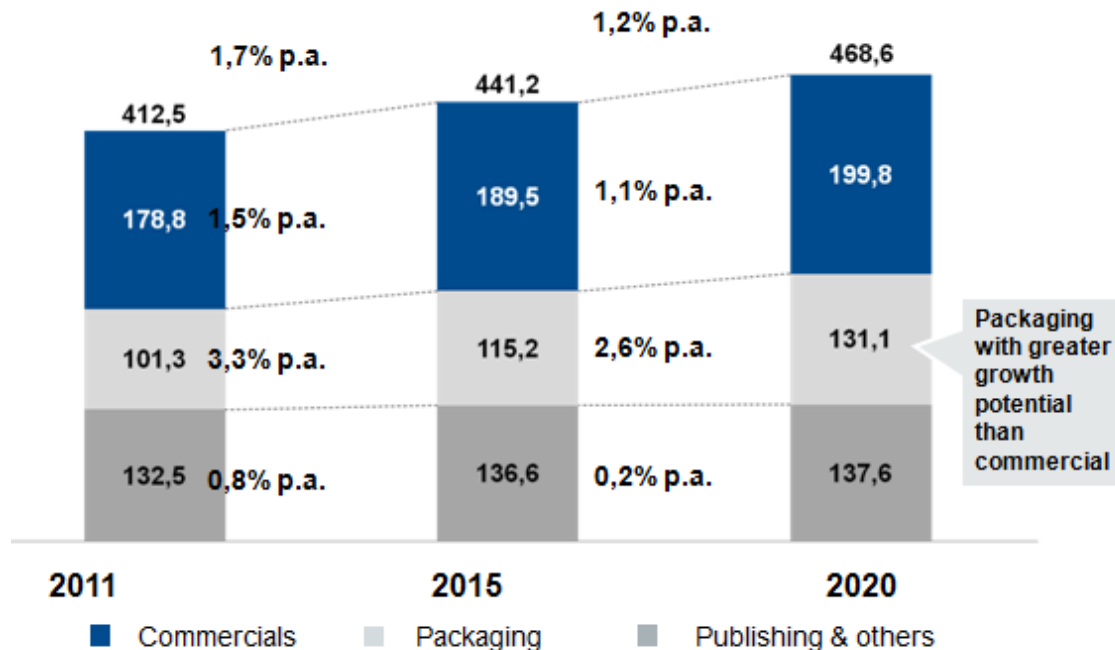
Trends und Bedarfe in Industrienationen

- Weniger Druckereien haben Bedarf an anspruchsvolle Produktionslösungen
  - Schwerpunkt verschiebt sich zu Verpackungsdruckereien
  - Höherer Umsatzanteil an Verbrauchsmaterialien, Dienstleistungen und Serviceteilen
  - Steigende Bedeutung des Digitaldrucks und Softwaregeschäfts
- ➔ **Ausbau des geringer zyklischen Geschäfts mit Verbrauchsmaterialien, Dienstleistungen und Serviceteilen (Ziel: > 50% vom Umsatz)**
  - ➔ **Anpassung der Kapazitäten in Sales & Service-Bereichen**
  - ➔ **Optimierung der Vertriebseffizienz**

Source: Heidelberg estimate – April 2012, industry statistics, PIRA, Jakkoo Pöyry, Primir (GAMIS), Global Insight  
Base Year 2009

# Entwicklung Druckvolumen nach Marktsegmenten: stabiles Wachstum im Verpackungsdruck

Entwicklung des weltweiten Marktes bis 2020 (Druckvolumen in Mrd. €)



Source: Heidelberg estimate – April 2012, industry statistics, PIRA, Jakkoo Pöyry, Primir (GAMIS), Global Insight  
 Base Year 2009  
 Packaging: Labels, Folding Carton, Flexible Packaging

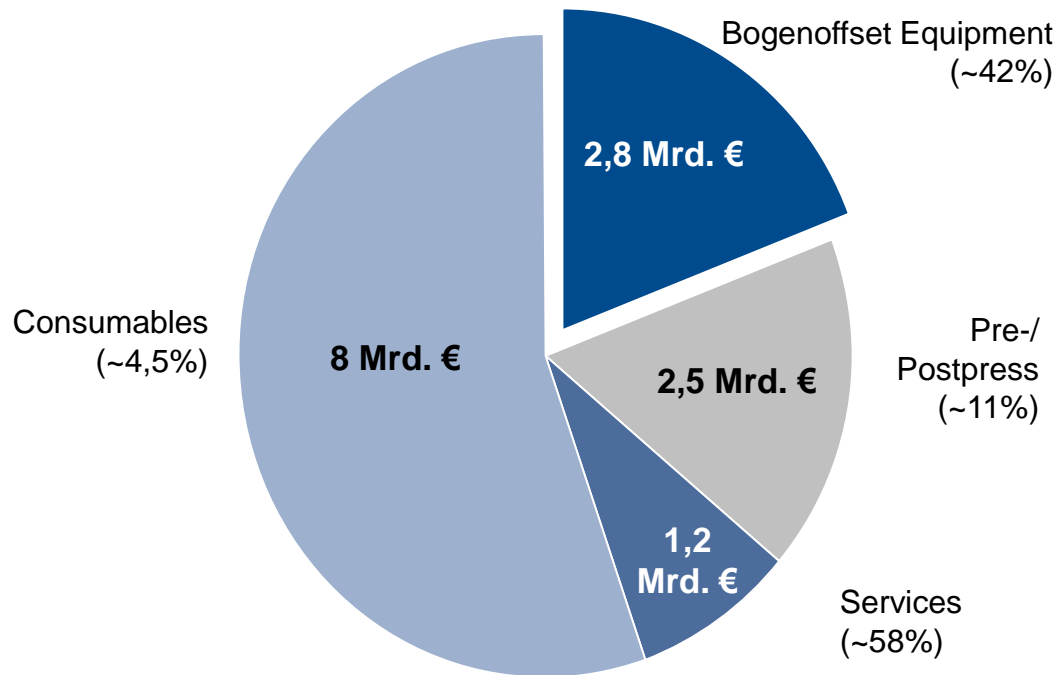
Bewegungen innerhalb der Marktsegmente

- 2,6 % Wachstum pro Jahr im Verpackungssegment
- Weltweiter Marktführer von Verpackungsdruckmaschinen mit rund 30 % Marktanteil
- ➔ **Führenden Marktposition ausbauen**
- ➔ **Key Account Struktur für Kunden im Verpackungsdruck etablieren**
- ➔ **Ausbau Anwendungs-Know-how**

# Marktpotenzial: 15 Mrd. € in Equipment, Services und Verbrauchsmaterialien

## Verbrauchsmaterialien bieten größte Wachstumschancen

### Adressierbarer Markt



Heidelberg Marktanteile in Klammern

1. Pre-press includes CtP commercial, offset and SFO-related pre-press workflow, pre-press miscellaneous, newspaper CtP and print-specific MIS 2. Post-press includes cutter, folder, stitcher, binder, die cutter, folder gluer, and other 3. Service include technical service and spare parts for sheetfed offset presses only 4. Consumables exclude web plate and other ink 5. Other consumables include coating, chemical, blankets & rollers, and film & other  
Source: HD market intelligence; BCG analysis, Calendar year 2011

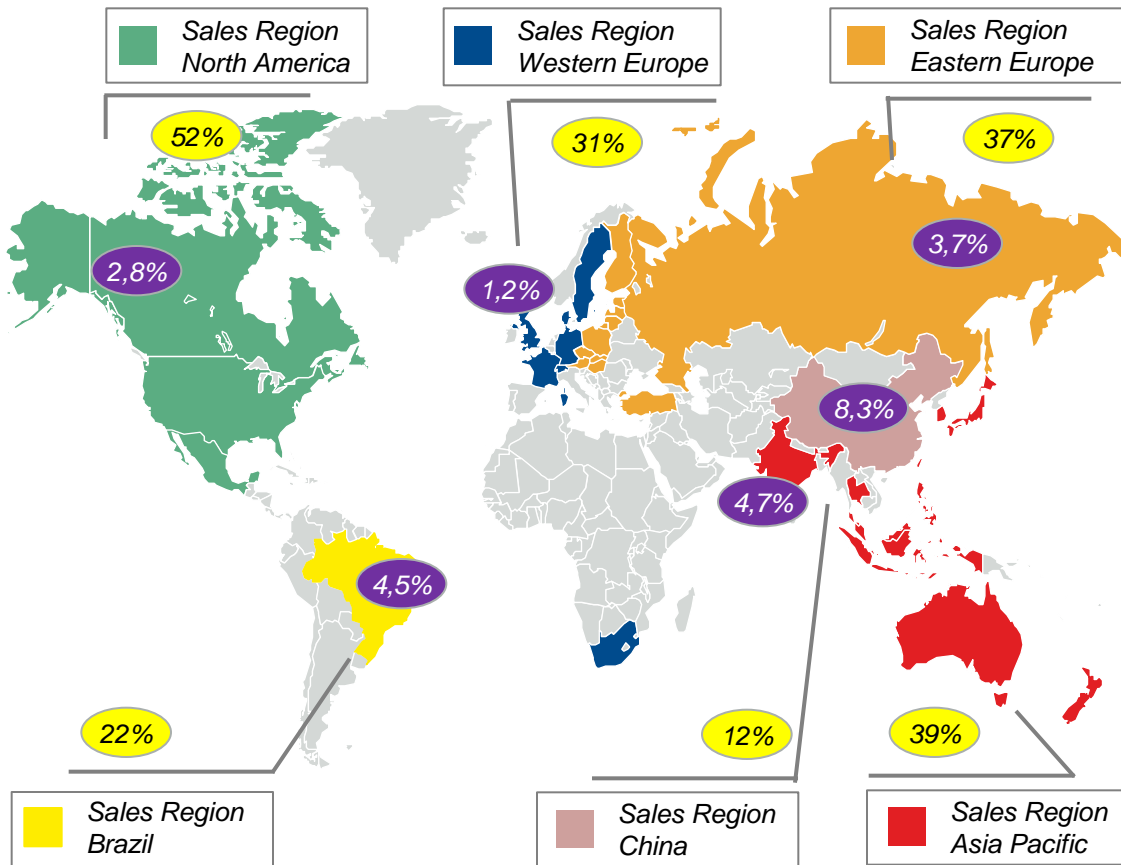
### Strategische Positionierung

- Druckereien investieren rund 15 Mrd. € pro Jahr für Equipment, Services und Verbrauchsmaterialien im Bereich Bogenoffsetdruck
  - Heidelberg ist führender Anbieter im Bogenoffsetdruck
  - Umsatz von 360 Mio. Euro mit Verbrauchsmaterialien erzielt
  - Verbrauchsmaterialien bieten das größte Wachstumspotenzial für Heidelberg → Marktanteil 7 %
- ➔ **Ausbau des Verbrauchsmaterialienvertriebs und der Anwendungsberatung**

# Neue Sales & Service Organisation: Fokus auf Wachstumsmöglichkeiten in Schwellenländern und Effizienzsteigerung in Industrienationen

Ausbau 3S Geschäft – Im Besonderen in Schwellenländern und Westeuropa

Transformationsprogramm gestartet



## Zielsetzung:

- Ausschöpfen der Wachstumsmöglichkeiten in Schwellenländern, Verpackungsdruck, Digitaldruck und Verbrauchsmaterialgeschäft durch verbesserte Marktabdeckung
- Vereinheitlichung und Zentralisierung der Vertriebs- und Servicestruktur in Industrienationen um Effizienz zu steigern
- Ressourcenverlagerung in Wachstumsregionen

# DISCOVER



## Bilanzpressekonferenz 2011/12

Bernhard Schreier, CEO  
Dirk Kaliebe, CFO  
Marcel Kießling, Sales & Services  
Stephan Plenz, Equipment  
Thomas Fichtl, Leiter Corporate Public Relations

**HEIDELBERG**

*Heidelberger Druckmaschinen AG*

*14. Juni 2012*

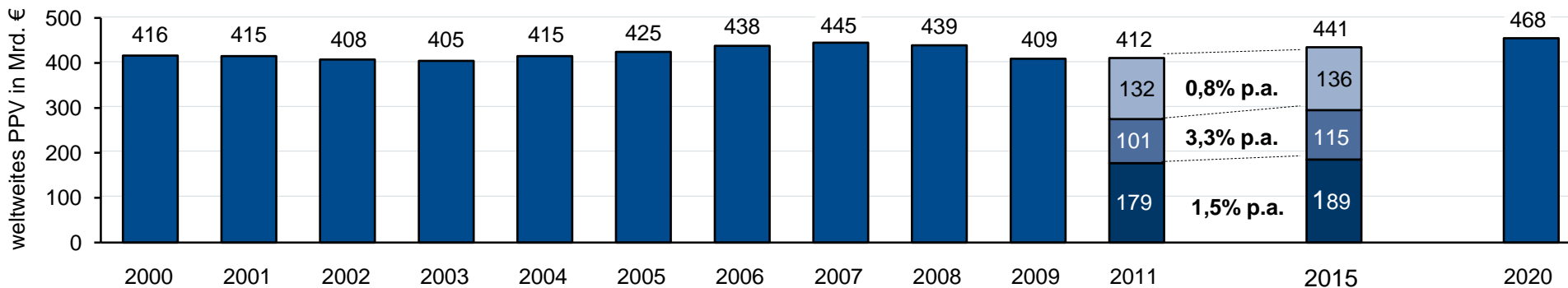
# Inhalt

1. Einzigartige Marktposition
2. Heidelbergs Bogenoffset Portfolio
3. Heidelbergs Digital Portfolio
4. Ausbau und Chancen neuer Geschäftsfelder

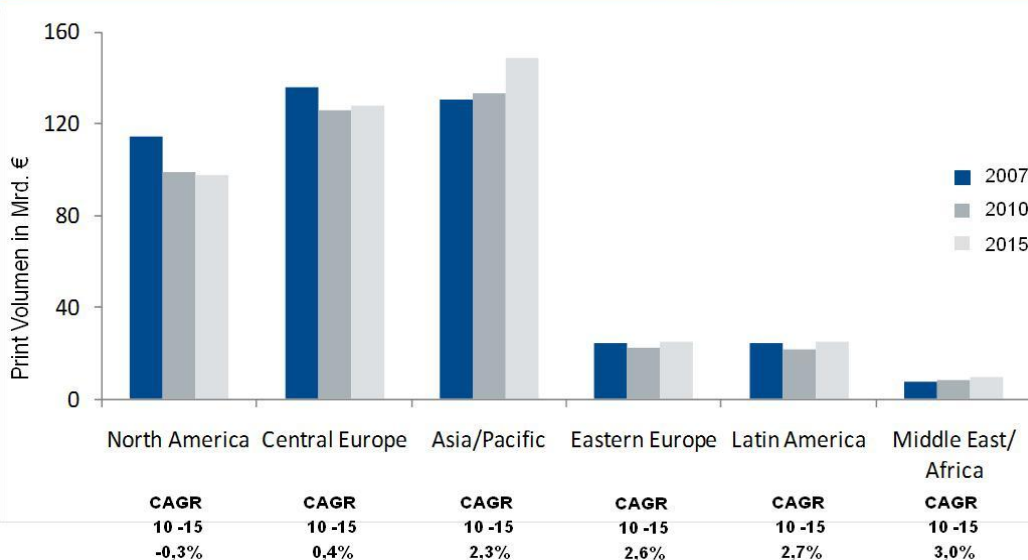
# Ist dies das Ende des Druckens?

Trotz zunehmenden Bedeutung der elektronischen Medien wird das weltweite Print-Produktionsvolumen (PPV) moderat wachsen

Weltweites PPV in Mrd. €



Print Produktions Volumen in Mrd. € nach Regionen (Ist 2007, 2010, Forecast 2015)



Verlagswesen    Verpackung    Werbung

- Werbung hat den größten Anteil am PPV
- Verpackung ist der Wachstumstreiber
- Der Löwenanteil des PPV verbleibt in den Industrieländern
- Wachstum in den Emerging Countries

# Meilenstein drupa

Konsequente Ausrichtung nach Markttrends



# Mehr als 60 drupa-Neuheiten in allen relevanten Bereichen



Speedmaster XL 106-6+LYYL



Speedmaster XL 106-8-P 18k



Speedmaster XL 75 Anicolor



Sustainability/Ecology



Linoprint C 901










Speedmaster SX Product Line













Stichmaster ST 500

# Bogenoffset Produkt-Portfolio zum Stand der drupa 2008

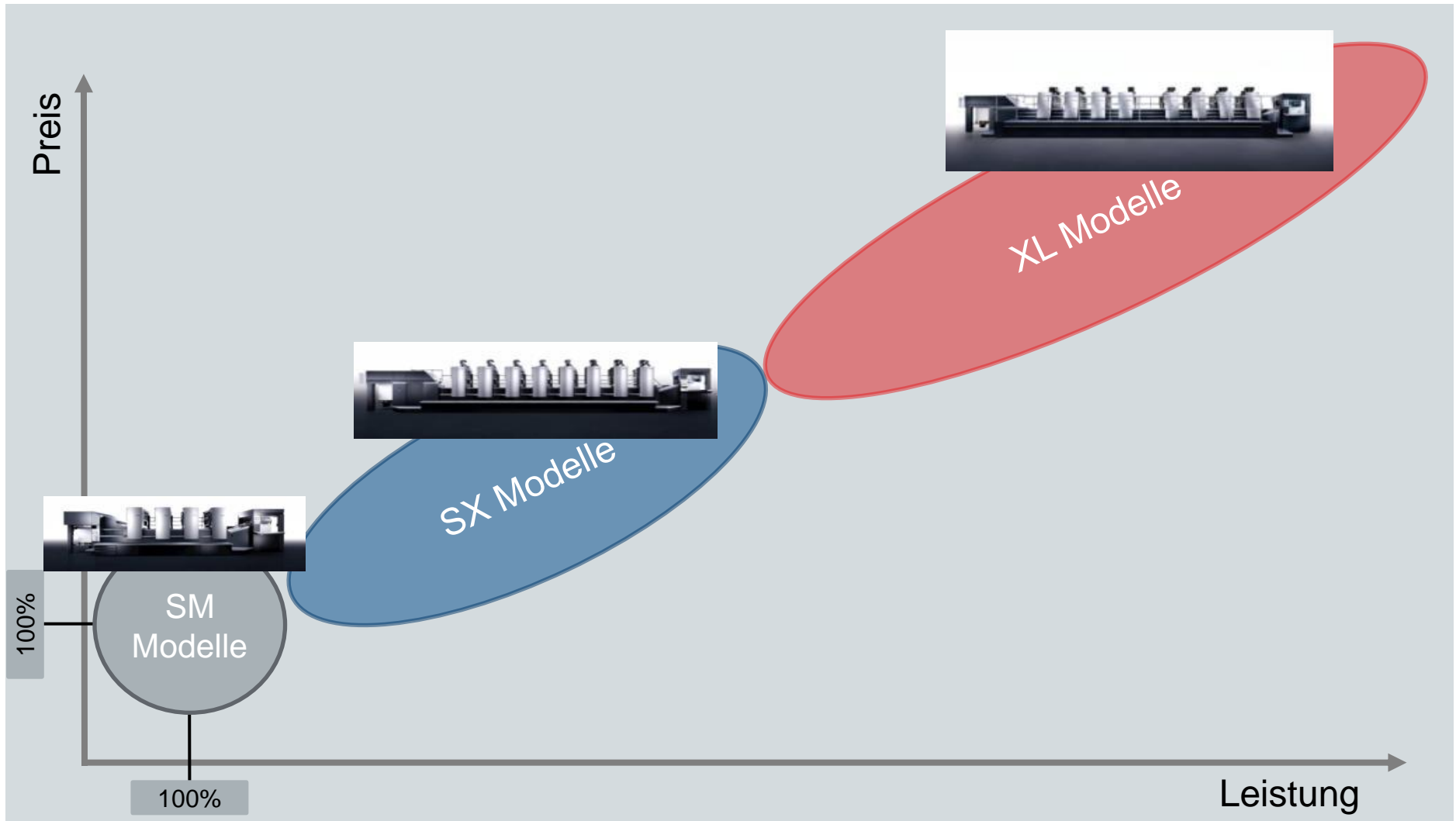
	Professional	Peak Performance
<b>GGF</b>		 <p>Speedmaster XL 145 und XL 162</p>
<b>70 x 100</b>	 <p>Speedmaster CD 102 Speedmaster SM 102</p>	 <p>Speedmaster XL 105</p>
<b>50 x 70</b>	 <p>Speedmaster SM 74</p>	 <p>Speedmaster XL 75</p>
<b>35 x 50</b>	 <p>Speedmaster SM 52</p>	 <p>Speedmaster SM 52 Anicolor</p>

# Neues Bogenoffset-Portfolio für die sich verändernden Anforderungen der Printmedien-Industrie

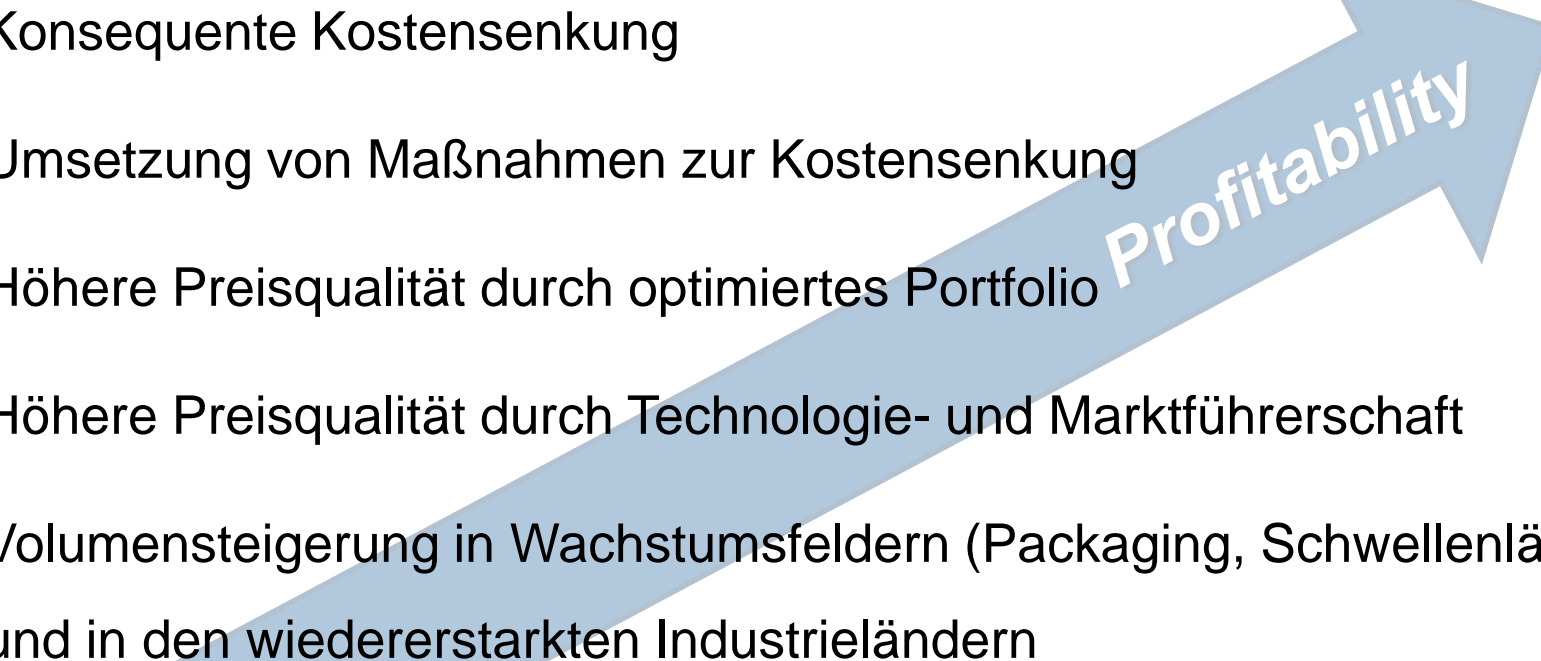
**NEW**

	Standard Models	New Professional Class	Peak Performance
VLF			 <p>Speedmaster XL 145 und XL 162</p>
70 x 100	 <p>Speedmaster CD 102 Speedmaster SM 102</p>	 <p>Speedmaster CX 102 Speedmaster SX 102</p>	 <p>Speedmaster XL 105</p>
50 x 70	 <p>Speedmaster SM 74</p>	 <p>Speedmaster SX 74</p>	 <p>Speedmaster XL 75</p>
35 x 50	 <p>Speedmaster SM 52</p>	 <p>Speedmaster SX 52</p>	 <p>Speedmaster SX 52 Anicolor</p>

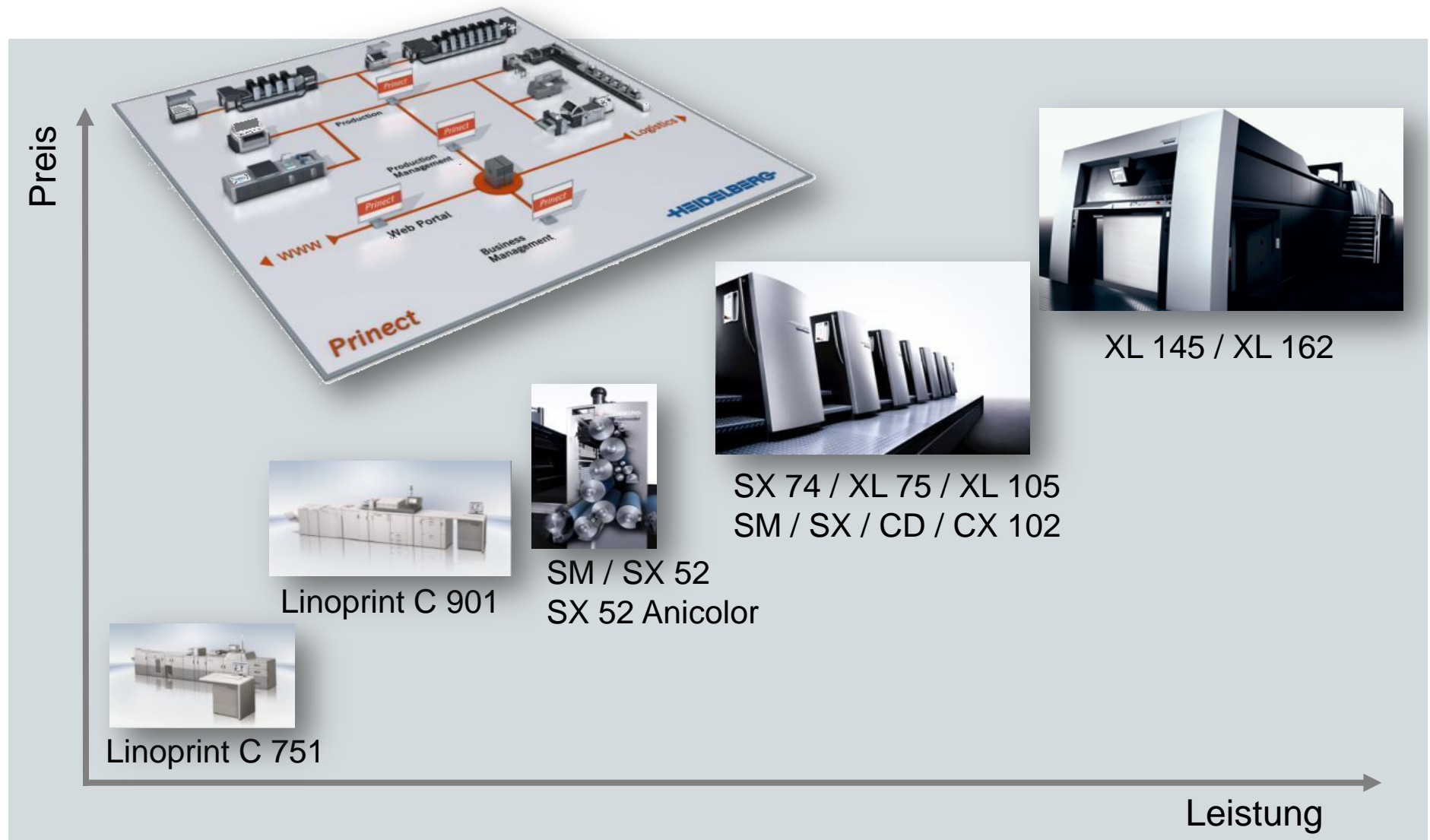
# Optimales Produktangebot für alle Kundenanforderungen



# Profitabilitätssteigerung durch Kostensenkung, Preisoptimierung und Volumensteigerung




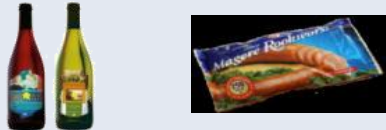





- Konsequente Kostensenkung
  - Umsetzung von Maßnahmen zur Kostensenkung
  - Höhere Preisqualität durch optimiertes Portfolio
  - Höhere Preisqualität durch Technologie- und Marktführerschaft
  - Volumensteigerung in Wachstumsfeldern (Packaging, Schwellenländer) und in den wiedererstarkten Industrieländern
- 

# Das integrierte short-run-Portfolio für den Werbedruck




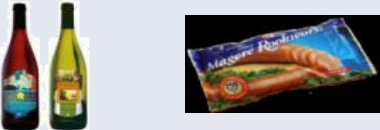



# Marktübersicht Digital bezogen auf Technologien

## Wettbewerber

Anwendung	Elektro- photographie Trockentoner	Elektro- photographie Flüssigtoner	Inkjet
<b>Commercial Short run und VDP</b> 			
<b>Verpackung</b> 	<p>Keine relevante Marktabdeckung</p>		
<b>PoS Werbung</b> 			
<b>Dokumentendruck</b>			

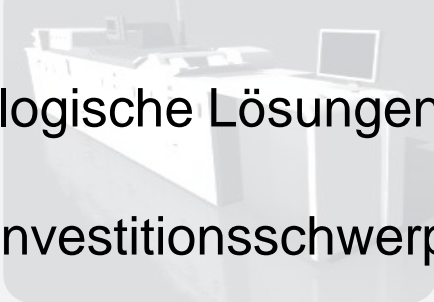
# Heidelberg-Lösungen im Digitaldruck

Application	Elektro- photographie Trockentoner	Elektro- photographie Flüssigtoner	Inkjet
<b>Commercial Short run and VDP</b> 		<p style="text-align: center;"><b>Eigene Technologie- entwicklung</b></p>	
<b>Verpackung</b> 	<p style="text-align: center;"><i>Keine relevante Marktabdeckung</i></p>		<p style="text-align: center;"><i>Keine relevante Marktabdeckung</i></p>
<b>PoS Werbung</b> 		<p style="text-align: center;"><i>Keine relevante Marktabdeckung</i></p>	
<b>Dokumentendruck</b>	<p style="text-align: center;">Nicht im Fokus von Heidelberg</p>		<p style="text-align: center;">Nicht im Fokus von Heidelberg</p>

# Profitables Digital-Geschäft für Heidelberg

## HEIDELBERG *Linoprint*

- Profitable Business Area bereits im Geschäftsjahr 2012/13
- Wachstumspotenzial über dem Marktdurchschnitt aufgrund von Zugewinnen bei den Marktanteilen durch einzigartiges Lösungsangebot
- Technologische Lösungen für alle relevanten Marktsegmente im Angebot
- Haupt-Investitionsschwerpunkt in der Zukunft



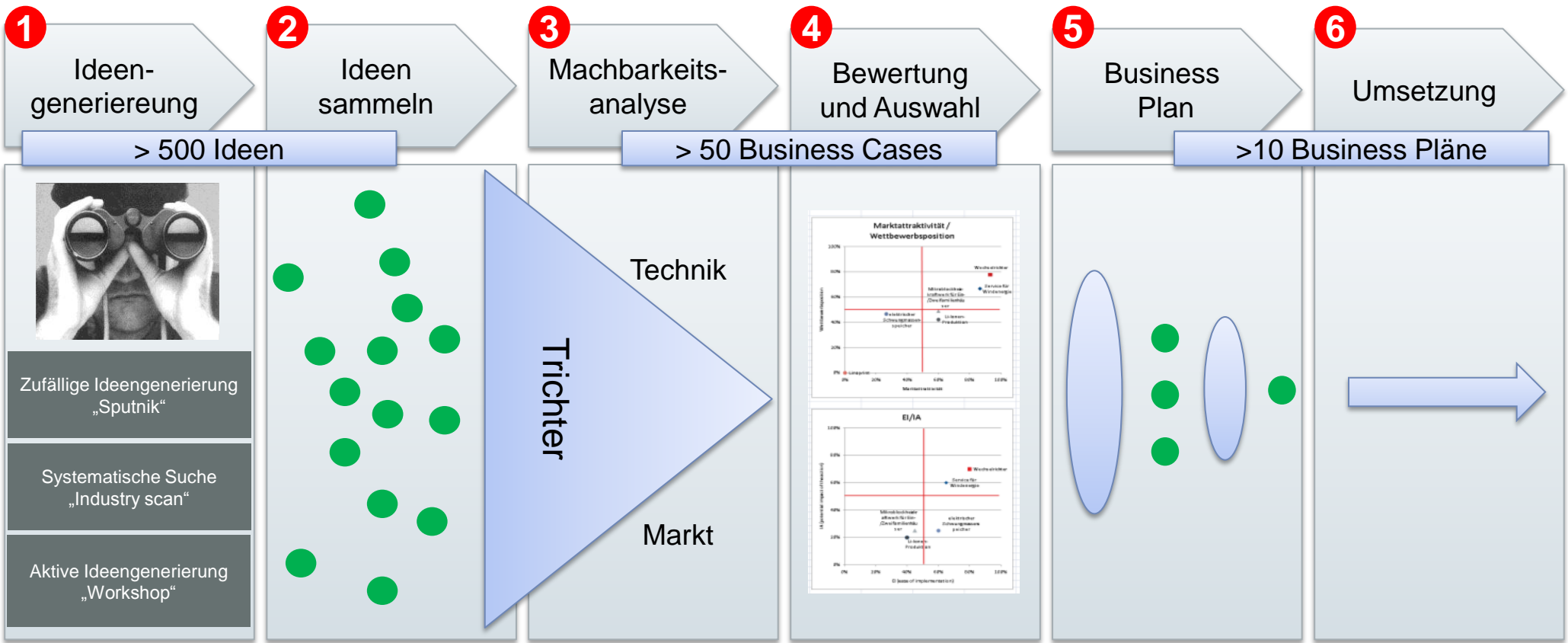
*Linoprint C*



*Linoprint L*

# Systematische Erschließung neuer Geschäftsfelder außerhalb der PMI, basierend auf bestehenden Kernkompetenzen

Wir entwickeln neue Geschäftsfelder außerhalb der PMI\*



\* Strategische Agenda Heidelberg Equipment

# 5 Säulen an Aktivitäten zu neuen Geschäftsfeldern

Ziel ist es, mehr als 10% des Gesamtumsatzes mit neuen Geschäftsfeldern zu erzielen

Wir entwickeln neue Geschäftsfelder außerhalb der PMI\*

System Manufacturing	Leichtbau	"Neu" PMI	Direkte Leistungswandlung	Service
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gusseisen</li> <li>- Elektronik</li> <li>- Teilefertigung</li> <li>- Montage</li> <li>- ...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Automation</li> <li>- Teilefertigung</li> <li>- ...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gedruckte Elektronik</li> <li>- Intelligente Verpackung</li> <li>- Interaktive Druckprodukte</li> <li>- Drucken auf 3-D-Objekte</li> <li>- ...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- e-Mobilität</li> <li>- Brennstoffzelle</li> <li>- Steuerungen</li> <li>- Wechselrichter für Solarenergie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Industrie-Service</li> <li>- ...</li> </ul>
				

\* Strategische Agenda Heidelberg Equipment

# DISCOVER



## Bilanzpressekonferenz 2011/12

Bernhard Schreier, CEO  
Dirk Kaliebe, CFO  
Marcel Kießling, Sales & Services  
Stephan Plenz, Equipment  
Thomas Fichtl, Leiter Corporate Public Relations

**HEIDELBERG**

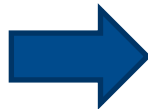
*Heidelberger Druckmaschinen AG*

*14. Juni 2012*

# Erfolgreiche Umsetzung der Strategie auf der drupa (1/2)

## Strategische Wachstumsfelder

Wachstum in Schwellenländer

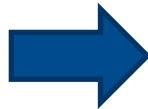


## Innovationen treiben Investitionen

- Neue Speedmaster SX Plattform eingeführt
- Zahlreiche drupa Verkaufserfolge



Ausbau Verpackungsdruck



- Speedmaster XL 106 vorgestellt
- drupa Bestseller



Ausbau Service & Verbrauchsmaterialien



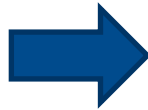
- Saphira Eco Angebot ausgebaut
- Vertriebskooperationen erweitert
- Servicevertragsangebot aktualisiert & ausgebaut



## Erfolgreiche Umsetzung der Strategie auf der drupa (2/2)

### Strategische Wachstumsfelder

Ausbau Software & Digitalgeschäft

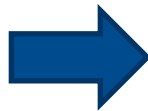


### Innovationen treiben Investitionen

- Prinect Workflow als Branchenstandard etabliert
- Einführung Linoprint C & L
- Vorstellung Anicolor XL 75
- Kooperation Landa für digitalen Offset der Zukunft



Erschließung neuer Geschäftsfelder



- Heidelberg druckt Zukunft: organische Elektronik
- Ausbau System Manufacturing Geschäft



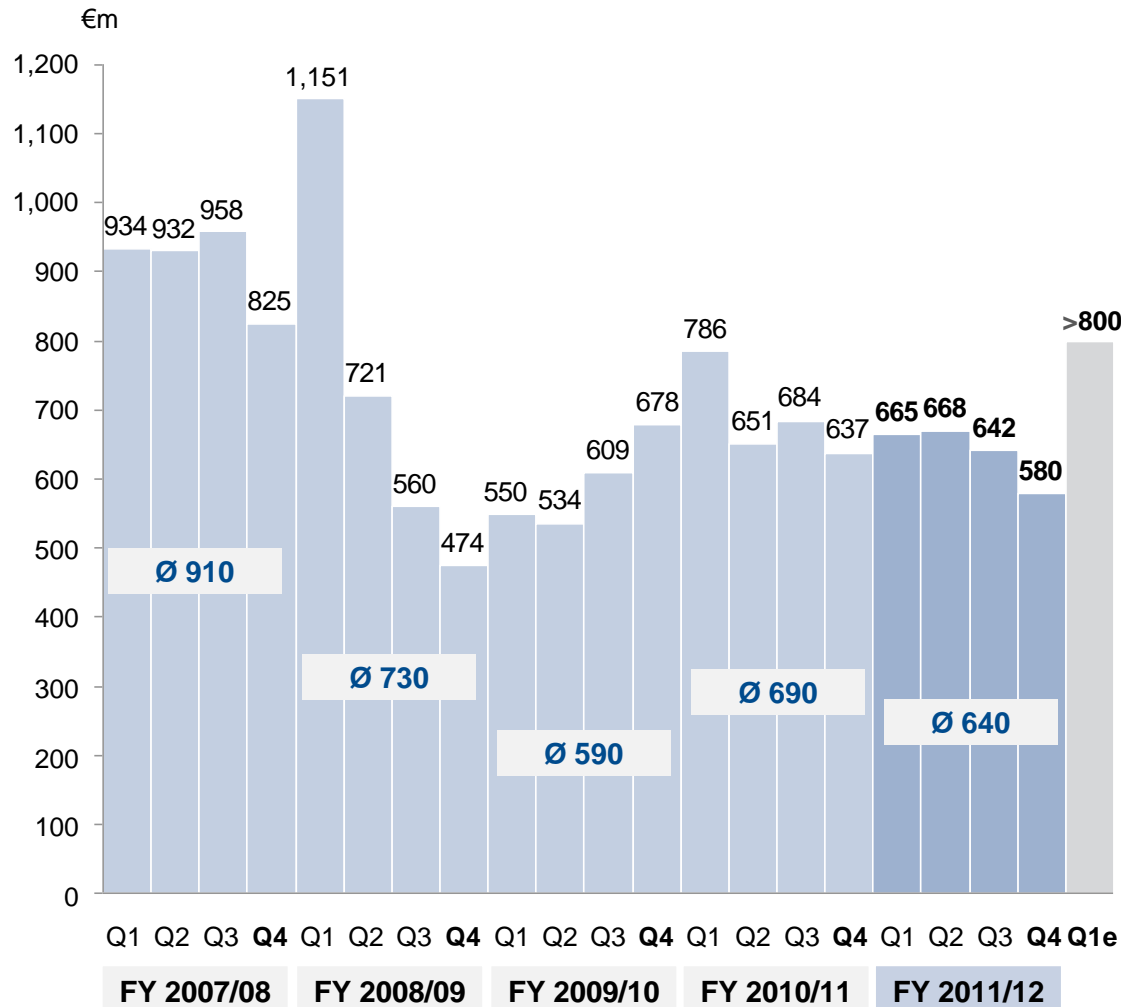
## Positives Fazit: Messe setzt Impulse für Printmedien-Industrie

- Heidelberg unterstreicht Markt- und Technologieführerschaft
- Allein knapp 600 Bestellungen über Bogenoffsetdruckmaschinen erhalten
- Rund 60 Innovationen treffen Trends der Branche



# Auftragseingang von über 800 Mio. Euro im ersten Quartal 2012/13 erwartet

Auftragseingang (Quartalsentwicklung)



- Break-even Punkt seit 2008 deutlich gesenkt
  - Erfolgreiche drupa führt zu höchstem Quartalsauftragseingang seit vier Jahren
  - Auftragsbestand wird im ersten Quartal deutlich steigen
- > Grundlage für die Rückkehr in eine nachhaltige Profitabilität in 2013/14

# drupa markiert positiven Auftakt ins Geschäftsjahr 2012/13

## Ausblick

### ▪ Geschäftsjahr 2012/13:

- Positive Impulse der drupa führen zu höheren Auftragseingängen in H1 und steigenden Umsätzen in H2
- Deutlich positives Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit vor Sondereinflüssen trotz Belastungen durch Kosten der drupa und Produktanläufe
- Einsparsumme von bis zu 60 Mio. Euro im Rahmen von FOCUS 2012 realisiert

### ▪ Geschäftsjahr 2013/14:

- Vollständige jährliche Einsparsumme von 180 Mio. Euro wirksam
- Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit ohne Sondereinflüsse von rund 150 Mio. Euro sowie Jahresüberschuss angestrebt

### ▪ Langfristziele:

- Profitabilität und Wachstum in traditionellen und neuen Geschäftsfeldern
- Weltweite Nr.1 für den professionellen Druckdienstleister

# DISCOVER



## Bilanzpressekonferenz 2011/12

Bernhard Schreier, CEO  
Dirk Kaliebe, CFO  
Marcel Kießling, Sales & Services  
Stephan Plenz, Equipment  
Thomas Fichtl, Leiter Corporate Public Relations

**HEIDELBERG**

*Heidelberger Druckmaschinen AG*

*14. Juni 2012*

## Disclaimer

### **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.