

Statement Rainer Hundsdörfer, Vorstandsvorsitzender **Montag 21. Juni 2021**

Es gilt das gesprochene Wort!

Begrüßung

Die Gesundheit aller liegt uns am Herzen, deshalb bitten wir Sie die Hygienevorschriften heute und morgen während unserer Veranstaltung zu beachten!

Im Rahmen unserer erneuten Kundenoffensive „Showtime“ Mittwoch dieser Woche präsentieren wir Ihnen morgen exklusiv die neusten Innovationen von Heidelberg in den Segmenten Verpackung, Etiketten und Werbedruck.

Vorab möchte ich Ihnen einen Überblick über folgende drei Themen geben und freue mich über eine lebhaftige Diskussion im Abschluss daran:

1. Aktuelle Geschäftslage Heidelberg:

- **„Heidelberg ist zurück“**, meine sehr geehrten Damen und Herren. Was einige von Ihnen nicht für möglich gehalten haben, wir haben wieder eine **Perspektive** und sogar eine wirklich vielversprechende für eine nachhaltige Profitabilität und ein strukturelles Wachstum.
- Dank eines Kraftakts mit zahlreiche Verbesserungsmaßnahmen ist es uns im vergangenen Geschäftsjahr gelungen, erfolgreich der Corona-Pandemie zu trotzen und strategische Weichenstellungen einzuleiten, die uns mit Zuversicht auf die kommenden Quartale blicken lassen.
- So haben wir 2020/21 dank eines starken Jahresschlusssturms mit einer deutlich über den Prognosen liegenden EBITDA-Marge abgeschlossen.
- Heidelberg hat die Gewinnschwelle, den Break-Even-Point, massiv reduziert – in spätestens zwei Jahren soll er bei rund 1,9 Mrd. € liegen!
- Und wir stehen finanziell wieder auf soliden Beinen. Der Free Cashflow war positiv und die Nettofinanzverschuldung haben wir weiter auf niedrigem Niveau gehalten.
- **„Der Markt kommt zurück“**.
- Auch die konjunkturbedingt wieder deutlich anziehende Nachfrage hilft uns natürlich. So hat der Branchenverband VDMA erst letzte Woche verkündet, dass die Bestellungen im Maschinen- und Anlagenbau um außergewöhnliche 72 Prozent gestiegen seien und der Aufschwung weltweit an Kraft gewinnt.
- Zudem hat der Verband zum zweiten Mal in Folge seine Produktionsprognose 2021 für die Branche erhöht.
- Die **Rahmenbedingungen im Maschinenbau** hellen sich weiter auf.

- VDMA ist zuversichtlich, vor allem für wichtige Märkte in Asien und den USA. Aber auch Osteuropa und Teile Westeuropas.
- Der positive Trend, den neben dem Branchenverband VDMA auch wir in unseren Büchern bereits heute verzeichnen, stimmt uns zuversichtlich.
- Auch dank konsequenter Portfoliobereinigungen und struktureller Verbesserungen gelingt es uns, unsere einzigartige Technologiekompetenz für zukünftiges Wachstum in unseren profitablen Kerngeschäften und in neuen Geschäftsfeldern zu mobilisieren.
- Unter den Prämissen der bereits dargestellten wirtschaftlichen Parameter gehen wir daher von folgender Prognose für das Geschäftsjahr 21/22 aus:
- Insgesamt erwarten wir, dass der Umsatz im laufenden Geschäftsjahr auf **mindestens 2 Mrd. €** ansteigt, wengleich die Folgen der Pandemie auch hier deutlich noch spürbar sein werden.
- In Summe erwarten wir beim operativen Ergebnis trotz der Herausforderungen **erneut einen deutlichen Anstieg der EBITDA-Marge** von 5 % im Vorjahr auf eine Bandbreite von 6-7%
- Damit erwarten wir für das laufende Geschäftsjahr **nach 2 Verlustjahren erstmals wieder einen kleinen Nachsteuergewinn.**
- Um unsere Ambitionen und Fortschritte auch messbar zu machen, werden wir ab dem laufenden Geschäftsjahr in einer **neuen Segmentierung** berichten.
- Diese ist aus unserer Strategie abgeleitet, fokussiert sich auf Endmärkte und soll unsere langfristigen Stoßrichtungen repräsentieren:
- **Print Solutions & Packaging Solutions repräsentieren unser Kerngeschäft**
- Unter Technology Solutions fassen wir neue Geschäfte, die aber auf bereits vorhandenen Kernkompetenzen des Unternehmens beruhen
- Alle Segmente haben einen klar definierten Auftrag und Wertbeitrag

2. Zukunftsstrategie

- Kernelement meiner folgenden Ausführungen ist unsere Zukunftsstrategie, die einen sukzessiven Wandel von einer Restrukturierungs- hin zu einer Wachstumsstory – und zwar einer profitablen – beinhaltet.
- Man spürt förmlich die **Aufbruchsstimmung in unserem Hause** und nicht erst seitdem die Inzidenzzahlen sinken und das Wetter wieder besser geworden ist.
- Denn Heidelberg hat sich gewandelt, endlich!
- Deutliche Potenziale für ein nachhaltiges Wachstum und Wertsteigerungen sieht Heidelberg in Zukunft vor allem **im Verpackungsdruck, im größten Einzelmarkt der**

Welt: in China, bei digitalen Geschäftsmodellen und mit neuen Technologieanwendungen zum Beispiel in der E-Mobilität.

- Wir entwickeln uns vom Druckmaschinenanbieter zu einer Technologie-Company.
- Ich beginne mit unseren Potenzialen im **Verpackungsdruck**.
- Hier sind wir bereits mit einem Marktanteil von fast 50% Weltmarktführer bei den Bogenoffsetmaschinen für Faltschachtel- und Etikettendruck.
- Wir sind der einzige Anbieter, der die gesamte Wertschöpfungskette anbietet. Entsprechend wollen wir stärker wachsen als der Markt, der etwa beim Thema Faltschachteln um rund 2% per annum zulegen soll.
- Um dies zu erreichen, werden wir einerseits die durchgehende Automatisierung, Touchpoint Reduzierung, weitere Integration und OEE Steigerung unserer Prozesse forcieren, z.B. auch von der Rolle bis zur fertigen Verpackung.
- Wir werden andererseits das datengetriebene Serviceangebot deutlich ausbauen. Auch hier sind wir dank der großen und weiterwachsenden installierten Basis deutlich weiter als unser Wettbewerb.
- Und: Wir erweitern unser Portfolio deutlich um maßgeschneiderte Angebote speziell für den wachsenden asiatischen Markt.

- Auch in **China**, meine Damen und Herren, sind wir mit einem 50prozentigen Marktanteil bei den wichtigsten Bogenoffsetmaschinen klare Nummer 1. Hier hilft uns unsere starke vor-Ort-Präsenz im langjährig etablierten Werk nahe Shanghai.
- Damit decken wir einerseits den mit 15% Weltmarktanteil größten Einzelmarkt ab, bedienen aber auch die asiatischen Wachstumsländer. Knapp 20 % der in Shanghai produzierten Maschinen gehen bereits in den Export dorthin.

- Nun zu unserem nächsten Wachstumstreiber: unseren **digitalen Geschäftsmodellen**.
- Entscheidend für unseren diesbezüglichen Erfolg sind unsere in der Branche einzigartige Positionierung bei Cloud- und datenbasierter Software und das entsprechende Angebot unterschiedlicher, auf die Kunden zugeschnittener Produkte und Services.
- Unsere Leistungen umfassen im Idealfall den gesamten Lebenszyklus einer Maschine: modular für Verbrauchsmaterialien und Service oder erweitert um das Prinect-Software-Angebot. Darüber hinaus nutzen bereits mehr als 70 Kunden das Subskriptionsmodell, bei dem nicht mehr für die einzelnen Komponenten, sondern performanceabhängig über die Anzahl der bedruckten Bogen bezahlt wird – was Heidelberg stetige, planbare Einnahmenströme über einen längeren Zeitraum garantiert.
- Insgesamt konnten wir unseren Anteil am Gesamtumsatz mit digitalen Geschäftsmodellen bereits seit 2018 von 5% auf 11% steigern.
- Und 26% des Lifecycle-Umsatzes erzielt Heidelberg bereits mit Vertragsgeschäft.
- Dabei können wir wie bereits erwähnt auf unser einzigartiges Daten-Know-how zurückgreifen. Heidelberg hat als globaler Marktführer mehr als 13.000

Druckmaschinen an die Cloud angeschlossen, rund 25.000 Heidelberg SW-Prinect-Module liefern ebenfalls wertvolle Daten.

- Hervorzuheben ist dabei noch, dass etwa die Hälfte des Prinect-Umsatzes wiederkehrend ist!
- Wir bündeln unsere digitalen Kundenschnittstellen unter der zentralen Kundenplattform Heidelberg Plus.
- Darüber hinaus entwickeln wir unter dem Namen Zaikio als erster Anbieter eine zentrale, offene Industrieplattform für automatisiertes Lieferanten- und Kundenmanagement auf Basis moderner Cloud-Technologien.
- Vor diesem Hintergrund werden wir in den kommenden Jahren die nutzungsbasierten Vertragsmodelle stark ausbauen, unser Prinect-Angebot auf cloudbasierte Vertragsmodelle umbauen, Zaikio um weitere Anwendungen erweitern und den chinesischen Markt mit spezifischen SaaS-Angeboten bedienen.

3. Das „normale“ Leben kehrt zurück – Heidelberg stellt seinen Kunden Innovationen auf der ganzen Welt vor: It’s Showtime!

- Rund ein dreiviertel Jahr nach unserer sehr erfolgreichen Innovationweek freut es uns, Ihnen das nächste Innovationsfeuerwerk vorstellen zu können.
- Heidelberg präsentiert u. a. die nächste Weltpremiere - live auf der in diesem Jahr größten Kundenveranstaltung, der **China Print**, die vom 23. bis 27. Juni in Peking stattfindet und zeitgleich online im Rahmen der digitalen Kundenveranstaltung **„It’s SHOWTIME“**.
- Nur ein Jahr nach Vorstellung der drupa 2020 Druckmaschinengeneration veröffentlicht das Unternehmen die nächste Produktneuheit im Kerngeschäftsfeld Bogenoffsetdruck.
- Damit unterstreicht Heidelberg seine **Innovationsstärke und Technologieführerschaft** in einem anspruchsvollen Marktumfeld.
- Wir wollen unsere starke Position im wachsenden Verpackungssegment weiter ausbauen und dem steigenden Bedarf an flexiblen Drucksystemen mit unterschiedlichen Automatisierungslösungen und -varianten im Akzidenzbereich gerecht werden.
- Ein Großteil unserer Innovationen werden Sie morgen „live“ erleben und mit unseren Produktexperten in unserem **neu gestalteten Print Media Center in Halle 11** diskutieren können.

- Und die Nachfrage der Kunden ist groß:
- Für den weltweiten digitalen Kundenevent haben wir bereits über 3.000 Anmeldungen vorliegen.
- Die China Print ist ausgebucht. Und mit Abstand der größte Branchenevent in diesem Jahr.

- Unser Kundenevent mit ca. 200 Personen diese Woche in Wiesloch ist ebenso voll, international, mit hohem Interesse der Kunden an unseren Demoslots, die Sie bereits morgen vorab vorgetellt bekommen.
- Das bisherige Print Media Center (PMC) Packaging in südlichen Bereich der Halle 11 und das Print Media Center Commercial im Gebäude 57 haben wir unter Nutzung von Teilen der bisher angrenzenden Montagefläche zu einem neuen Print Media Center in Halle 11 zusammengeführt.
- Komplette Produktionslinien für die Segmente **Commercial Printing** (Werbedruck), **Folding Carton** (Faltschachtelproduktion) und **Label Printing** (Etikettenproduktion) stehen zur Verfügung. Alle Segmentlösungen unterstützen dabei die Push to Stop Philosophie über die gesamte Produktionskette hinweg (End to End).
- Gegenüber dem früheren PMC Packaging wurde die Fläche auf 2/3 der bisherigen Hallenlänge auf jetzt 6.500 m² reine Ausstellungsfläche verdoppelt. Hinzu kommen Lagerlogistik, Druckvorstufe, Büroflächen sowie Meeting- und Seminarräume mit weiteren ca. 3.000 m².
- Wir freuen uns auf viele Besucher.
- Man kann sagen: die Bude brummt wieder!

Lassen Sie mich zum Schluss zusammenfassen:

- Meine sehr geehrten Damen und Herren, ich hoffe, ich konnte Ihnen den neuen Geist, den neuen Schwung und vor allem die neuen **Perspektiven** von Heidelberg verdeutlichen.
- Heidelberg packt die richtigen Dinge an.
- Wir werden in Zukunft in unseren Kernmärkten profitabel wachsen, insbesondere im Verpackungsdruck, in China und bei den digitalen Geschäftsmodellen.
- Darüber hinaus stehen wir erst am Anfang eines enormen Wachstumsschubs aus neuen innovativen Angeboten, zum Beispiel in der E-Mobilität und werden in Zukunft stärker außerhalb der Kernaktivitäten expandieren.
- Die bekannte technologische Exzellenz von Heidelberg wird zudem ein starker Treiber für Wachstum bei den Megatrends Automatisierung und Plattformökonomie.
- Wir sind und bleiben Technologieführer.
- Und als Full-Service-Anbieter sind und bleiben wir ein starker Partner an der Seite unserer Kunden. Auch und gerade in Zeiten wie diesen.
- Vielen Dank.

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.