

Statement Rainer Hundsdörfer, Vorstandsvorsitzender Mittwoch, 14. Oktober 2020

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 Kundenoffensive der Innovation Week nächste Woche möchten wir Ihnen morgen exklusiv die Innovationen von Heidelberg in den Segmenten Verpackung, Etiketten und Werbedruck präsentieren.

Vorab möchte ich Ihnen einen Überblick über folgende 3 Themen geben und freue mich über eine lebhaftige Diskussion im Abschluss daran:

1. Marktlage/Branche:

Covid-19 stellt die Welt vor neue Herausforderungen. Dies gilt für unsere Branche wie auch für Heidelberg.

Die Pandemie verstärkt die Notwendigkeit für Veränderungsprozesse, vor allem auch in der Druckmaschinenbranche, die ohnehin schon seit rund zehn Jahren einen massiven Umbruch erlebt.

Entsprechend wichtig und richtig war und ist die von Heidelberg vor einigen Jahren angestoßene und konsequent fortgeführte digitale Transformation des Konzerns. Und entsprechend wichtig und richtig war und ist die von Heidelberg im abgelaufenen Geschäftsjahr auf den Weg gebrachte umfassende finanzielle Stabilisierung und operative Neuausrichtung des Konzerns.

Aktuelle Lage der Branche?

Mit dem Print Media Industrie-Klima-Bericht informiert Heidelberg seine Kunden aus einem Datenpool von weltweit rund 5.000 verbundenen Druckmaschinen über wichtige Marktentwicklungen und stärkt damit ihre Handlungsfähigkeit in der Krise.

Druckereien in den Märkten **Packaging und Label** ist es bisher gelungen, sehr stabil durch die Krise zu kommen. Sie verfügen über eine hohe Krisenresistenz und wachsen sogar weiter gegenüber dem Vorjahr. Kunden und Lieferanten wie Heidelberg gelten in diesen Bereichen gar als systemrelevant.

Der Bereich **Werbedruck** hat die Investitionszurückhaltung bedingt durch den Lockdown in vielen Ländern naturgemäß stärker zu spüren bekommen, denn er ist in hohem Maß abhängig von Werbeausgaben. Aber auch dieser Markt zieht regional wieder an. Hier versprechen wir uns nach einer Normalisierung der Lage weltweit wieder ein stabiles Druckvolumen.

Insbesondere die Marktentwicklung in **China** gibt Grund zur Hoffnung: Dort zeigt sich, dass mit einer Entspannung der Covid-19-Situation die Nachfrage nach Druckprodukten wieder deutlich und schnell anzieht, auch wenn sich dies noch nicht sofort und unmittelbar in Druckmaschineninvestitionen niederschlägt.

In **Deutschland** ist die Lage ist nach wie vor schwierig, aber die Zeichen am Horizont sind verhalten positiv. Bei Verbrauchsmaterialien, Ersatzteilen und Dienstleistungen sind wir bereits wieder nahe am Niveau des Vorjahres.

Bei den Maschinenverkäufen liegen wir allerdings noch darunter. Die Krise hat viele unserer Kunden verunsichert und führt naturgemäß zu Investitionszurückhaltung.

Was wir positiv feststellen: Unsere Kunden wünschen wieder vermehrt Kundenbesuche. So hatten wir eine sehr gut besuchte Kundenveranstaltung im September in unseren beiden PMCs Packaging und Commercial mit Kunden aus D und CH, die zu neuen Verkaufsabschlüssen führen werden. Projekte, die durch die Corona Pandemie Anfang des Geschäftsjahres auf Eis gelegt wurden, werden wieder aufgenommen.

Das Druckvolumen unserer deutschen Kunden ist weiterhin unter Vorjahr. Stand heute bewegen wir uns gemäß unserem **PMI-Report auf die 80-90% des Vorjahres-Niveau zurück.**

Stand heute konnten wir unsere **Marktanteile** in Deutschland mit über 60 Prozent halten – und wichtige Erfolge mit unseren neuen Speedmaster XL Generation 2020 erreichen

Was unser Vertragsgeschäft angeht lässt sich feststellen, dass unsere Subskriptions-Kunden eine überdurchschnittlich hohe Auslastung hatten – was unterstreicht, dass wir hier mit unserem Modell auf die richtigen Kunden setzen und uns darin bestärkt, dass Vertragsgeschäft mit unseren Print Site Contracts weiter auszubauen. Mittlerweile macht das gesamte Vertragsgeschäft bereits einen Umsatzanteil von über 10 Prozent aus.

Wir gehen davon aus, dass Aufträge/Auslastung bei unseren deutschen Kunden im weiteren Verlauf des Geschäftsjahres anziehen werden, so dass die Investitionsbereitschaft weiter zunehmen wird. Die Schweiz liegt hierbei allerdings noch etwas zurück.

Grundsätzlich gilt: Es gibt Gewinner in der Krise, die sind offen für Investitionen in diesen Zeiten. Dann gibt es welche, die es hart getroffen hat, die aber einen Plan haben. Die sind gesund und können investieren. Die sagen: Ich nutze diese Zeit, wo mir 10 oder 15 Prozent Umsatz fehlen, um mich neu aufzustellen. Und dann gibt es natürlich die, die es schwer haben werden.

Ein Virus verändert nicht die Welt, aber er ist ein Katalysator, der die Veränderungen vorantreibt und den notwendigen Strukturwandel beschleunigt.

Deshalb bin ich, wenn ich jetzt auf Heidelberg komme und unsere Aktivitäten bewerte, relativ optimistisch. Wir sehen seit einigen Monaten, wie sich das Geschäft verbessert.

Insgesamt hellt sich die Lage der Branche auf, unsere Zahlen im Juli/August/September waren besser als zum Start in unser Geschäftsjahr im April/Mai. So erwarten wir auch wieder ein besseres zweites Halbjahr.

Auch externe Branchenszenarien berechnen, dass der Druckmarkt allgemein sich vom Covid-19 Effekt spätestens bis zum Jahr 2024 wieder erholen soll. Auch die interne Analyse von Druckdaten unserer installierten Maschinenbasis zeigt, dass das weltweite Druckvolumen seit dem Tiefpunkt im Mai wieder deutlich zugenommen hat.

Wir sind auf dem Weg der Normalisierung!

2. Auswirkungen/finanzielle Situation/Stabilität von Heidelberg:

Wie wirkt sich die aktuelle Lage der Branche auf Heidelberg aus?

Eins möchte ich vornweg betonen: Wir sind **finanziell solide** aufgestellt!

2019 war für uns das Jahr harter Erkenntnisse, wegweisender Entscheidungen und einschneidender Konsequenzen. Im November vergangenen Jahres haben wir die Arbeiten für einen der größten Umbauten in der jüngeren Geschichte von Heidelberg begonnen. Wir haben schonungslos analysiert und konsequent Entscheidungen getroffen. Da war von Covid-19 noch nicht die Rede.

Wir haben die Weichen gestellt, um den gesunden Kern von Heidelberg noch besser und stärker zu machen. Und um die Basis für künftiges Wachstum zu legen.

Unser Fokus ist klar: **Profitabilität, Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftssicherung.**

Im März 2020 haben wir die Umsetzung unseres umfassenden Programms zur nachhaltigen Sicherung der Liquidität, zur Verschlinkung der Strukturen und zur Portfoliobereinigung in der Breite gestartet und entsprechende Maßnahmen angekündigt.

Meine Damen und Herren, Sie kennen die Inhalte des Programms: Mir ist eine Botschaft heute sehr wichtig: Die umfassende Neuausrichtung, die wir im November letzten Jahres gestartet haben, war und ist unabdingbar, um Heidelberg nachhaltig profitabel und zukunftsfest aufzustellen. Angesichts der Dramatik, die Covid-19 in die Welt und unsere Industrie gebracht hat, ist sie zwingender denn je. Was vor der Krise richtig war, ist es in der Krise erst recht.

1. Wir haben unseren Kunden ein Portfolio präsentiert, mit denen sie die aktuellen Herausforderungen des Marktes meistern und auch künftig erfolgreich sein können.
2. Wir haben Liquidität und finanzielle Stabilität gewonnen – vor allem durch die Übertragung von Mitteln aus dem Heidelberg Pension-Trust in Höhe von 380 Mio. Euro.
3. Wir haben einen umfassenden Personalabbau gestartet, unsere Strukturen weiter gestrafft und senken damit unsere Kostenbasis deutlich.
4. Mit einer klaren Fokussierung auf das Kerngeschäft wurden Unternehmensteile verkauft oder unprofitable Produktlinien eingestellt, die das operative Ergebnis im Kerngeschäft stark verwässert haben.
5. Wir haben unsere Hochzinsanleihe in Höhe von 150 Mio. Euro im September vorzeitig zurückgezahlt. Der finanzielle Meilenstein im laufenden Geschäftsjahr. Und für die langfristige Entwicklung von Heidelberg von entscheidender Bedeutung! In den kommenden Jahren bestehen damit keine wesentlichen Kreditfälligkeiten mehr und unsere Nettoverschuldung ist auf unter 50 Mio. Euro gesunken.

Alle Maßnahmen kommen uns in der aktuellen Marktkrise zugute, stabilisieren uns finanziell und bilanziell. Sie legen aber auch den Grundstein, um Heidelberg langfristig zu stärken und nachhaltig profitabel aufzustellen.

So haben wir das erste Quartal im laufenden Geschäftsjahr trotz Corona und trotz eines dramatischen Rückgangs beim Umsatz und beim Auftragseingang gegenüber dem Vorjahr mit einem positiven Gewinn nach Steuern abgeschlossen - auch in Deutschland.

Positiv: Wir stemmen uns aus eigener Kraft gegen die Krise!

Wir machen das auf Basis unseres starken Kerngeschäfts im Bogenoffsetdruck – und setzen hierbei auf konsequente Digitalisierung und innovative Kundenlösungen.

Klar ist aber auch: Wir sind noch mitten in der Transformation und müssen noch einiges tun, dass wir unsere finanzielle Stabilität weiter ausbauen und unser zentrales Ziel – die nachhaltige Profitabilität – erreichen.

Und so wie gewohnt ein starker Partner für unsere Kunden zu sein!

3. Strategieausblick:

Der eingeschlagene Weg wird dazu beitragen, dass Heidelberg finanziell solide und kostenseitig hocheffizient wird.

Unser Ziel ist es, die EBITDA-Marge so auf über 10% im Geschäftsjahr 2023 zu steigern.

Darauf konzentrieren wir uns.

Und dabei haben wir genau das im Blick, was unsere Kunden brauchen – und was uns eine angemessene Wertschöpfung bringt. Unser profitables Kerngeschäft. Diesen Weg gehen wir – konsequent in der Umsetzung und mit hohem Tempo. Wenn wir das beibehalten, werden wir dank unserer starken Marke, unserem profitablen Kerngeschäft, unserer Innovationskraft und unserer Positionierung in Wachstumsmärkten eine nachhaltig gute Zukunft haben.

Unser **Kerngeschäft bleibt das Drucken**. Wir begleiten unsere Kunden im Verpackungs- und Etikettendruck wie auch im Werbedruck mit unseren Lösungen für den Bogenoffset- und Digitaldruck über den gesamten Prozess – vom Angebot bis zur Rechnung. Also über die gesamte Wertschöpfungskette inklusive Service, Verbrauchsmaterialien und Software.

Dazu ist Heidelberg derzeit als einziges Unternehmen der Branche als **Technologieführer** weltweit in der Lage.

Ausgehend vom Bedarf des Kunden können wir ein Angebot schnüren, das seinen individuellen Anforderungen perfekt entspricht.

Dabei schauen unsere Kunden auf den Mehrwert digitaler Angebote für den Druckprozess. Denn „Drucken“ muss „smart“ sein. Und Heidelberg bietet genau das. Denn mit unserem **Smart Print Shop** digitalisieren wir das Drucken.

Damit bildet der Smart Print Shop das Rückgrat unserer digitalen Lösungen. Für die Zukunft werden wir daher die Digitalisierung der Prozesse konsequent fortsetzen, mit einem Fokus auf bedienerunabhängige Performance.

Ziel ist nicht mehr die höchste Druckgeschwindigkeit, sondern den effizientesten Gesamtprozess zu erreichen. In der Produktivitätssteigerung liegt das größte Ertragspotenzial von industriellen Druckereien, insofern treibt Heidelberg die Digitalisierung des Drucksaals mit Nachdruck und als Technologieführer voran.

Dabei gibt es grundsätzlich zwei unterschiedliche Modelle: Mit **Heidelberg Transaction** bieten wir maßgefertigte Einzellösungen an, während **Heidelberg Subscription** sämtliche Abschnitte der Produktion volumenbasiert in Form eines Produktionssystems abdeckt. Wir sind zuversichtlich, den Umsatzanteil des Vertragsgeschäftes am Gesamtumsatz kontinuierlich zu steigern und somit Umsatz zu verstetigen. Wir stehen zu unserem Angebot.

Heidelberg ist und bleibt, das kann ich Ihnen versprechen, der Impulsgeber und Innovationsführer der Branche. Mit einem Marktanteil von über 40 Prozent.

Schon heute ist Heidelberg der größte Lieferant für **Verpackungsdrucker**. Im Geschäftsjahr 2019/2020 wurde die Hälfte unseres Bogenoffset-Maschinenumsatzes in diesem Segment erwirtschaftet. Wir verkaufen fast so viele Druckwerke allein für den Verpackungsmarkt, wie unser größter Mitbewerber insgesamt.

Dabei gehen wir auch langfristige Partnerschaften mit starken Partnern ein. Mit MK Masterwork ergänzen wir beispielsweise unser Angebot im Verpackungsdruck um hochattraktive notwendige Weiterverarbeitungsmaschinen.

Unsere Teilnahme an der drupa 2021 haben wir aufgrund der weltweiten Pandemie zwar abgesagt. Aber im Rahmen einer „**Innovation Week**“ vom 19. bis 23. Oktober 2020 nächste Woche wird Heidelberg seinen Kunden unter dem Motto „Unfold your potential / Entfalte Dein Potenzial“ eine Fülle an Produktinnovationen mit den Schwerpunkten Verpackung, Etiketten und Werbedruck vorstellen.

Dazu zählen unter anderem eine Weiterentwicklung unseres Push-to-Stop-Konzepts hin zum autonomen Drucken, End-to-End-Lösungen und damit das nächste Level des Smart Print Shops wie auch unser Ecosystem inklusive der neuen Branchenplattform Zaikio.

Ein Großteil dieser Innovationen werden Sie morgen „live“ erleben und mit unseren Produktexperten diskutieren können. Darunter auch einige Weltpremieren, die sie präsentiert bekommen. Wie die End-to-End Lösung von der Vorstufe bis zum abgestapelten Produkt und die neue Hochleistungsstanze von MK, der Mastermatrix 106 CSB. Zudem zeigen wir Ihnen, was wir unter gedruckter Elektronik verstehen, ein neues Feld für uns.

Lassen Sie mich zum Schluss zusammenfassen:

Die Zukunft von Heidelberg heißt in erster Linie nicht Größe und Wachstum um jeden Preis, sondern Fokus auf die Profitabilität. Damit legen wir den Grundstein, um mit unserer Neuausrichtung von einer Erholung der Märkte zu profitieren.

Heidelberg packt die richtigen Dinge an.

Auf Basis eines starken Kerngeschäfts stellen wir uns nachhaltig profitabel auf – und haben dann eine gute Zukunft.

Wir machen solide und umsichtig unser Geschäft – und werden uns darauf konzentrieren, wieder erfolgreich Geld zu verdienen.

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 Heidelberg 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 Heidelberg 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.