

2009 war für Krones ein Jahr voller Herausforderungen

Volker Kronseder
Vorstandsvorsitzender
Hans-Jürgen Thaus
stv. Vorstandsvorsitzender
der Krones AG

in der Hauptversammlung am 16. Juni 2010



Sehr verehrte Damen, sehr geehrte Herren,

herzlich willkommen zu unserer Hauptversammlung 2009. Ich freue mich über Ihr Interesse an Krones, und ich möchte mich an dieser Stelle für Ihr Kommen und auch für Ihre oft langjährige Begleitung bedanken.

Ihnen, unseren Aktionären, danke ich auch im Namen meiner Vorstandskollegen für das Vertrauen, das Sie mit dem Besitz von Aktien der Krones AG zum Ausdruck bringen.

Wir beginnen unseren Bericht

- ▷ mit dem Geschäftsjahr 2009
- ▷ informieren Sie anschließend über das abgeschlossene 1. Quartal 2010
- ▷ geben Ihnen danach einen Ausblick für das laufende Jahr 2010
- ▷ und werden Ihnen abschließend unser strategisches Zukunftsprogramm „Conversion“ vorstellen.

Geschäftsjahr 2009

Für Krones war das Geschäftsjahr 2009 wohl das schwierigste in der 59-jährigen Unternehmensgeschichte

und ein Jahr voller Herausforderungen.

- ▷ Der weltweite Verpackungsmaschinenmarkt erlebte 2009 seine historisch schwerste Krise mit einem Rückgang von 25%.
- ▷ Infolge der globalen Wirtschaftskrise musste Krones einen Rückgang im Auftragseingang von 18% hinnehmen.
- ▷ Der Umsatz brach im Vergleich zu 2008 um 22% auf 1,86 Mrd. Euro ein.

Zum Jahresende 2009 verfügten wir bereits wieder über einen Auftragsbestand, der um 6% über dem Vorjahresvergleichswert lag.

- ▷ Erfreulich hingegen ist anzumerken, dass wir zum Jahresende 2009 bereits wieder über einen Auftragsbestand verfügten, der um 6% über dem Vorjahresvergleichswert lag.

- ▷ Operativ, also ohne einmalige außerordentliche Aufwendungen, mussten wir das Geschäftsjahr mit einem Verlust von rd. 26 Mio. Euro abschließen.

- ▷ Unterm Strich sind wir mit einem Minus von 34,5 Mio. Euro in die Verlustzone gerutscht.

- ▷ Unsere weiterhin solide finanzielle Situation wird trotz Verlustes mit einer Net-Cash-Position von über 135 Mio. Euro unterstrichen.

- ▷ Der Hauptversammlung werden wir aufgrund der Verlustsituation vorschlagen, für das Jahr 2009 keine Dividende auszuschütten.

Die dramatische Situation hat uns viel abverlangt, im Vergleich zu unserer Branche konnten wir uns aber nicht nur gut behaupten, sondern unsere Führungsposition sogar weiter ausbauen.

Lassen Sie uns jetzt konkreter zu den wirtschaftlichen Zahlen kommen.

Auftragseingang

Während wir in den sechs Jahren von 2003 bis 2008 im Durchschnitt

jährlich 10% Wachstum im Auftrags-
eingang erreichen konnten, verrin-
gerte sich 2009 unser Auftragseing-
ang im Vergleich zum Vorjahr um
18% auf 1.916 Mio. Euro.

Wegen der schlechten Konjunktur-
aussichten hatten viele Kunden Invest-
itionen zum Teil vorerst gestrichen
oder in die Zukunft verschoben.

Wir konnten mit einer relativ hohen Auslastung ins Jahr 2010 starten.

Mit Ausnahme von China waren
alle Regionen von einem signifikan-
ten Rückgang betroffen, ganz beson-
ders Nordamerika sowie Osteuropa
und Russland.

Deshalb unterschritt der Auftrags-
eingang besonders im ersten Halbjahr
das Vorjahresniveau deutlich. Ab
Herbst belebte sich die Nachfrage
nach unseren Produkten und Dienst-
leistungen zunehmend.

Auftragsbestand

Erst das vierte Quartal 2009 zeigte
eine Trendwende im Orderverhalten
der Krones-Kunden mit einem Plus
von 10% gegenüber dem schon abge-
schwächten vierten Quartal 2008.
Hieraus resultiert ein Auftragsbestand
zum 31.12.2009 von 889 Mio. Euro.

Damit übertrifft der Auftragsbe-
stand das Vorjahresniveau um plus
6%, so dass wir mit einer relativ ho-
hen Auslastung ins Jahr 2010 starten
konnten.

Umsatz

Nach neun Wachstumsjahren mit
zweistelligen Zuwachsraten ging der
Konzernumsatz 2009 infolge der ab-
geschwächten Auftragseingänge um
22% auf 1.865 Mio. Euro zurück. Der
Inlandsanteil am gesamten Konzern-
umsatz betrug im Berichtsjahr nur
noch 10%. Weitere 30% unserer Um-
satzterlöse erzielten wir in Europa au-
ßerhalb Deutschlands, während der
überwiegende Teil, nämlich 60%, au-
ßerhalb Europas realisiert werden
konnte. Allein aus diesen Zahlen ist

ersichtlich, dass Krones nicht nur
Marktführer im Segment ist, sondern
dass sich auch das Ausmaß der inter-
nationalen Ausrichtung deutlich er-
höht hat.

In unserem Hauptsegment „Ma-
schinen und Anlagen zur Produktab-
füllung und -ausstattung“ (AVT/Anla-
gen- und Verpackungstechnik) fiel
der Umsatz um 24% auf 1.512 Mio.
Euro. Der Anteil dieses wichtigsten
Segments am Konzernumsatz lag
bei 81%.

Der Umsatz des Segments „Ma-
schinen und Anlagen zur Getränke-
produktion/Prozesstechnik“ (PT) ging
um 12% auf 274 Mio. Euro zurück.
Die Prozesstechnik trug rund 15%
zum Konzernumsatz bei.

In unserem kleinsten Segment mit
der Zweitmarke „Kosme“ verringerte
sich der Umsatz im vergangenen Ge-
schäftsjahr um 11% auf 79 Mio. Euro.

Ergebnis

Die Ertragslage des Krones Kon-
zerns wurde maßgeblich durch die
Auswirkungen der Wirtschaftskrise
aufgrund der schnellen Trendumbrü-
che geprägt. Obwohl der Vorstand be-
reits Ende 2008 mit dem ersten Teil
des Programms „Conversion“ begon-
nen hatte, das komplette Unterneh-
men den schrumpfenden Märkten an-
zupassen, erzielte Krones 2009 ein
Konzernergebnis von minus 34,5 Mio.
Euro (nach plus 106,5 Mio. Euro im
Vorjahr). Dabei lag das Ergebnis vor
Steuern und außerordentlichen Effek-
ten mit minus 26,1 Mio. Euro relativ
exakt im Rahmen unserer nach außen
kommunizierten Prognose.

Wir haben durch conse- quente operative sowie strukturelle Maßnahmen ein vergleichsweise mode- rates Ergebnis erzielt.

Das Ergebnis des vergangenen Jah-
res ist ohne Frage unerfreulich.

Die Umsatzrendite/EBT betrug vor
außerordentlich minus 1,4% nach
plus 6,6% im Jahr 2008.

Aber trotz der massiven Einbußen
im Umsatz und einer damit einherge-
henden Verschlechterung in der Preis-
qualität haben wir durch konsequente
operative sowie strukturelle Maßnah-
men noch ein vergleichsweise mode-
rates Ergebnis erzielt.

Wir haben große Anstrengungen
unternommen, dass das Geschäftsjahr
2009 ein Ausrutscher bleibt und wir
in 2010 wieder in die Erfolgsspur zu-
rückkehren.

Die Vermögens- und Finanzlage unseres Konzerns ist weiterhin kerngesund und stabil.

Konzernbilanz

Die Vermögens- und Finanzlage
unseres Konzerns ist weiterhin kern-
gesund und stabil. Wir haben in der
Vergangenheit unsere Hausaufgaben
erledigt und sind daher gut aufgestellt
in die schwierige Phase gegangen.
Besonders zahlt sich nun aus, dass
Krones solide finanziert ist und keine
Bankschulden hat. Den aufgeführten
Vermögenswerten hinzuzufügen wäre
eigentlich noch der in 2009 getätigte
Aktienrückkauf, welcher zum
31.12.2009 einen Marktwert von
50,6 Mio. Euro repräsentierte. (Der
aktuelle Börsenwert dieser im Besitz
der AG befindlichen Aktien beträgt
ca. 57 Mio. Euro / Stand 14.06.10).
Aufgrund der Rechnungslegungsvor-
schriften steht dieser Wert jedoch
nicht als Aktivposten in unserer Bi-
lanz.

Dass das Eigenkapital 2009 im
Vergleich zum Vorjahr von 790 Mio.
Euro auf 696 Mio. Euro sank, liegt
neben dem negativen Konzernergeb-
nis auch am Aktienrückkaufpro-
gramm, da die für den Erwerb der
Aktien aufgewendeten Mittel mit dem
Eigenkapital verrechnet werden
mussten. Unsere EK-Quote betrug
zum Bilanzstichtag 39%. Bereinigt
um den Effekt des Aktienrückkaufs
betrug die EK-Quote 41% (Vorjahr:
43%).

Erfreulich ist noch anzumerken, dass es uns gelungen ist, die erhaltenen Kundenanzahlungen auf 434 Mio. Euro deutlich zu verbessern bzw. zu erhöhen.

Forschung & Entwicklung

Der Weltmarktführer Krones ist sich seiner Rolle als Technologie-Trendsetter in der Abfüll- und Verpackungstechnik voll bewusst und handelt danach.

Rund 5% unserer Umsatzerlöse investieren wir in Forschung & Entwicklung und damit in den Ausbau und die Sicherung unseres Wettbewerbsvorsprungs.

Unsere Neuentwicklungen zeigen ganz deutlich, dass wir bei Krones in Systemen denken und unseren Kunden damit helfen, ihre gestiegenen Anforderungen und die zunehmende Komplexität überhaupt erst zu beherrschen und in der Folge ihre eigene Ertragskraft zu steigern. Dies dokumentieren sehr anschaulich unsere Lösungen für „durchgehende“ Anlagenkonzepte für die Kunden:

- ▷ von der Prozesstechnik
- ▷ über die Anlagen- und Verpackungstechnik
- ▷ zur Inhouse-Materialflusstechnik
- ▷ und nicht zuletzt zur IT/Software, die wir als Systemintegrator liefern.

Krones ist sich seiner Rolle als Technologie-Trendsetter in der Abfüll- und Verpackungstechnik voll bewusst und handelt danach.

Unsere übergeordneten, vorrangigen Innovationsziele sind

- ▷ eine Reduzierung der Total-Costs-of-Ownership (TCO) beim Kunden mit Hilfe unserer Anlagen- und Leistungsangebote
- ▷ eine Reduzierung der Komplexität und Vereinfachung der Bedienerkonzepte

▷ umweltschonende Energie- und Medienkonzepte („enviro“)

▷ u.v.a.m.

Um Ihnen diese komplexen Zusammenhänge und Anforderungen näher zu bringen, haben wir für Sie – wie von uns gewohnt – einen Film vorbereitet.

Wir möchten Ihnen jetzt einen Film über unseren Messeauftritt zur „drinktec“ im September 2009 zeigen.

Wir haben wesentliche Mittel in Werkzeugmaschinen und in den Ausbau unserer IT investiert.

Investitionen/Abschreibungen

Im Berichtszeitraum investierte Krones 88,2 Mio. Euro in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände einschließlich 23,4 Mio. Euro aktivierte Entwicklungsaufwendungen. Damit verringerten wir unsere Investitionen um fast 24 Mio. Euro bzw. 21% gegenüber dem Vorjahr.

Unser Technologiezentrum in Neutraubling, in dessen Ausbau 2009 noch erhebliche Mittel flossen, haben wir im vergangenen Jahr fertig gestellt.

Im Februar 2009 hat Krones seinen Anteil an der Tochter Kosme von 70% auf 100% erhöht.

Um unsere Produktivität weiter zu steigern und die Effizienz zu verbessern, haben wir wesentliche Mittel in Werkzeugmaschinen und in den Ausbau unserer IT investiert. Um unsere Kunden vor Ort schnell und bestmöglich bedienen zu können, haben wir des weiteren einen zweistelligen Millionenbetrag in den Ausbau unserer weltweiten Lifecycle Service Center (LCS) investiert.

Die Abschreibungen auf das Anlagevermögen beliefen sich unter Berücksichtigung der aktivierten Entwicklungskosten auf 59,6 Mio. Euro

(Vorjahr: 51,0 Mio. Euro). Während wir 2008 noch das 2,2-fache der Abschreibungen investierten, verringerten wir die Investitionen im Berichtsjahr auf das 1,5-fache der Abschreibungen.

Working Capital/ Finanzierung

Krones hat das Working Capital-Management in den vergangenen Jahren stark verbessert. So konnten wir im Jahr 2009 die Kapitalbindung in Relation zum Umsatz auf 22,5% um fünf Prozent-Punkte verringern, was für den Anlagenbau einen Spitzenwert darstellt.

Zum 31.12.2009 verfügte Krones über eine Netto-Liquidität von 136 Mio. Euro.

Wir haben auch in der Krise eine äußerst solide Finanzstruktur bewahrt, sind schuldenfrei und haben die für uns wichtige Unabhängigkeit von Banken weiterhin gesichert.

Dieses gute Standing haben wir heute, weil wir traditionell vorsichtig wirtschaften, konservativ bilanzieren und uns in der Vergangenheit nicht an der Jagd nach dem höchstmöglichen Fremdkapital-Leverage beteiligt haben.

Wir haben eine äußerst solide Finanzstruktur bewahrt und haben die für uns wichtige Unabhängigkeit von Banken weiterhin gesichert.

Dividende

In der langjährig praktizierten Dividendenpolitik von Krones galt bislang, dass wir 20% bis 25% unseres Gewinns an die Aktionäre ausschütten. In Konsequenz dessen schlagen wir aufgrund der Verlustsituation der Hauptversammlung 2009 vor, keine Dividende an die Eigentümer auszuschütten.

Im Rahmen der notwendigen Anpassungen im Unternehmen intern ha-

ben unsere Mitarbeiter auch ihren Krisenbeitrag eingebracht, indem z.B. auch das Einkommen spürbar abge- senkt wurde, keine Boni bezahlt wurden u.v.a.m.

Wir sind der Meinung, wenn die Mitarbeiter „mitsparen“, sollte auch der eigentliche Eigentümer des Unternehmens – die Aktionäre – solidarisch sein und das Unternehmen in der Krise stärken.

Ziel unseres Unternehmens war es, die Stammebelegschaft trotz Krise 2009 zu halten.

Mitarbeiter

Ziel unseres Unternehmens war es, die Stammebelegschaft trotz Krise 2009 zu halten und auf betriebsbedingte Kündigungen zu verzichten. Dieses wichtige Ziel im Rahmen unserer gesellschaftlichen Verantwortung wurde aufgrund verschiedener Maßnahmen, wie noch stärkere Flexibilisierung der Arbeitszeiten, Alters- teilzeit, Kurzarbeit, u.a.m., erreicht.

Zum 31.12.2009 beschäftigte Kro- nes weltweit 10.238 Mitarbeiter, da- von 5.290 am Stammsitz Neutraub- ling, 2.875 im restlichen Bundesge- biet (nämlich in Rosenheim, Freising, Flensburg, Nittenau) und weitere 2.073 Mitarbeiter außerhalb Deutsch- lands.

Durch die getroffenen Maßnahmen und den Entfall von ergebnisabhän- gigen Bonuszahlungen verringerte sich der Personalaufwand im Konzern um 46 Mio. Euro auf insgesamt 615 Mio. Euro (Vorjahr: 661 Mio. Euro).

Krones setzt weiterhin alles daran, diesen hochqualifizierten und moti- vierten Mitarbeitern soweit wie mög- lich sichere Arbeitsplätze zu bieten.

Wir haben auch in der Krise auf ei- nen Mitarbeiterabbau verzichtet, weil wir an Krones und seine Leistungsfä- higkeit glauben und auf einen Auf- schwung der Wirtschaft vorbereitet sein wollten. Und nicht zuletzt auch deshalb, weil wir eine solide und ge-

sellschaftliche Verantwortung für die Menschen in unserem Unternehmen tragen.

Aber wir wissen auch, dass nur en- gagierte, motivierte und nicht ver- ängstigte Mitarbeiter unsere Produkte und Leistungen in anspruchsvoller Qualität herstellen und liefern kön- nen, wie es die Kunden von einem Premiumhersteller und Marktführer gewohnt sind.

Unsere Vergangenheit hat gezeigt, dass wir aus schwierigen Phasen des Umbruchs stets Stärke gewonnen ha- ben. Unsere Mitarbeiter haben die Fä- higkeit und die Bereitschaft, sich den anstehenden Veränderungen zu stel- len, gerade in der jetzt schwierigen Zeit.

Auch die Herausforderungen von heute – und davon bin ich überzeugt – werden uns mit dieser hervorragenden „Mannschaft“ wieder weiter nach vorne bringen.

An dieser Stelle möchte ich mich im Namen des gesamten Vorstands bei allen Mitarbeitern für ihr Engage- ment und ihr Verständnis für die Si- tuation herzlich bedanken. Durch ih- ren persönlichen Einsatz haben wir es geschafft, in der größten weltweiten Krise nach dem zweiten Weltkrieg und bei einem intensiven globalen Wettbewerb unser Unternehmen rela- tiv sicher für eine positive Zukunft weiterzuentwickeln.

Wir konnten im 4. Quartal 2009 mit einem Plus von 10% im Auftragseingang eine Trendwende erkennen.

Nachdem wir Ihnen die Zahlen für das abgelaufene Geschäftsjahr 2009 vorgestellt haben, möchten wir jetzt über den Verlauf des ersten Quartals 2010 berichten.

Ich bitte dazu meinen Kollegen, Hans-Jürgen Thaus, mit dem Bericht fortzufahren.

1. Quartal 2010

Seit der für uns wichtigsten Messe „drinktec“ im September 2009 konn- ten wir im 4. Quartal 2009 mit einem Plus von 10% im Auftragseingang eine Trendwende erkennen.

Auftragseingang

Diese Entwicklung hat sich im ers- ten Quartal 2010 bestätigt und ver- stärkt. Der von Krones realisierte Auftragseingang im ersten Quartal beläuft sich auf 550 Mio. Euro; das ist ein Plus von 33% gegenüber dem

Wir konnten den Konzernumsatz im ersten Quartal um 11% auf 533 Mio. Euro wieder steigern.

allerdings sehr schwachen ersten Quartal des Vorjahres. Damit ist das Orderverhalten unserer Kunden im ersten Quartal 2010 nahezu wieder auf dem Niveau von 2007.

Auftragsbestand

Der Auftragsbestand zum 31.03.2010 ist mit 905 Mio. Euro auf relativ hohem Niveau und sichert un- sere Beschäftigung für die nächsten viereinhalb Monate. Wir haben ge- lernt, mit sehr kurzen Lieferzeiten klarzukommen und verspüren auch im beginnenden zweiten Quartal ein lebendiges Bestellverhalten bei den Kunden.

Umsatz

Die Trendumkehr, die wir im Auf- tragseingang bereits im vierten Quar- tal 2009 gesehen haben, wirkt sich nunmehr im ersten Quartal 2010 auch im Umsatz aus. So konnten wir den Konzernumsatz im ersten Quartal um 11% auf 533 Mio. Euro wieder stei- gern.

Mit Ausnahme des Spitzenjahres 2008 ist dies der bisher höchste Um- satz in einem ersten Quartal. Dies ist sicherlich ein guter Start für das jetzt laufende Jahr 2010. Wir möchten aber trotzdem noch nicht das Ende der Krise ausrufen, denn die gesamtwirt-

schaftliche globale Situation bleibt fragil und schwierig. Die Wettbewerbs- und Preissituation bleibt angespannt und unbefriedigend.

Ergebnis vor Steuern

Trotz widrigster Markt- und Rahmenbedingungen haben wir im ersten Quartal unser Ziel, ein positives Ergebnis zu erwirtschaften, erreicht und auch im Konzernergebnis eine Trendwende herbeiführen können. Mit einem Plus von 13,2 Mio. Euro konnten wir nach vier Verlustquartalen in Folge wieder positiv abschließen und eine Umsatzrendite von 2,5% realisieren.

Ergebnis nach Steuern

Diese Rückkehr zu einer wieder beginnenden positiven wirtschaftlichen Entwicklung führte im ersten Quartal 2010 zu einem Überschuss bzw. Konzernergebnis nach Steuern von 9,1 Mio. Euro, was uns zuversichtlich für das Jahr 2010 insgesamt stimmt.

Ausblick 2010

Krones geht mit vorsichtigem Optimismus in das Geschäftsjahr 2010. Der Auftragseingang verläuft bis dato plangemäß, und wir können weiterhin ein zunehmendes Produktinteresse und Orderverhalten verspüren.

Die positive wirtschaftliche Entwicklung führte im ersten Quartal 2010 zu einem Überschuss bzw. Konzernergebnis nach Steuern von 9,1 Mio. Euro.

Wir erwarten für das erste Halbjahr 2010 eine Trendumkehr und damit einhergehend für das Geschäftsjahr 2010 ein Umsatzwachstum von 10% bis 15%, das entspricht einem Konzernumsatz von 2,05 bis 2,15 Mrd. Euro.

Unter günstigsten Bedingungen scheint uns ein Umsatzvolumen auf

dem Niveau von 2007 für wieder erreichbar.

Aus heutiger Sicht gehen wir davon aus, dass wir auch im Konzernergebnis die Trendumkehr des ersten Quartals fortsetzen und im Jahr 2010 wieder ein nennenswert positives Ergebnis im zweistelligen Millionenbereich erwirtschaften können.

Wir gehen davon aus, dass wir im Jahr 2010 wieder ein nennenswert positives Ergebnis im zweistelligen Millionenbereich erwirtschaften können.

„Conversion“ – Strategische Neuausrichtung für die Zukunft

Die drastischen Veränderungen in der Welt und in unseren Märkten erfordern von uns stets frühzeitigst und vorausschauend anzupacken.

Wir möchten Ihnen im Folgenden beschreiben, mit welcher Strategie wir uns den geänderten Herausforderungen stellen und wie wir mittelfristig wieder an die alten Erfolge anknüpfen möchten.

Unserem Programm für die Zukunft haben wir den Namen „Conversion“ gegeben. Beginnen möchten wir aber mit einem kurzen Rückblick in die Vergangenheit.

Strategische Neuausrichtung 1998

Vor rund zehn Jahren hat sich Krones mit dem „Impulse-Programm“ neu positioniert und sich auf profitables Wachstum fokussiert – mit großem Erfolg. 2008 erzielten wir zum neunten Mal in Folge neue Rekordergebnisse bei Auftragseingang, Umsatz und Gewinn.

Wir haben dabei über neun Jahre hinweg unsere anspruchsvollen wirtschaftlichen Ziele fast immer erreicht und häufig sogar übertroffen. Darüber hinaus festigte Krones in dieser Periode seine Position als Weltmarktfüh-

rer und zählt heute zu den am besten aufgestellten Maschinenbauunternehmen – nicht nur in Deutschland.

In der Abfüllung und Verpackung von Getränken und flüssigen Produkten, unserem Kerngeschäft, sind wir heute weltweit führend.

Aus dieser starken Position heraus, haben wir die kundenseitig vor- und nachgelagerten Produktionsabläufe, also die vorgelagerte Prozesstechnik und die nachgelagerte Materialflusstechnik, als synergetisches Wachstumspotential in Angriff genommen.

Unser Ziel ist es, die gesamte Prozesskette der Getränkehersteller aus einer Hand anzubieten. Unser Geschäftsmodell als „Komplettanbieter“ und unsere klare Unternehmensstrategie haben sich in der Vergangenheit und auch in der Krise bewährt. Die klare strategische Ausrichtung von Krones als Systemanbieter gilt somit uneingeschränkt weiter.

Krisenstrategie 2009

Die globale Wirtschaftskrise hat auch Krones schwer getroffen. Aber nicht Krones ist 2009 in eine Krise gekommen, sondern die Krise ist bei Krones angekommen.

In der Abfüllung und Verpackung von Getränken und flüssigen Produkten, unserem Kerngeschäft, sind wir heute weltweit führend.

Unsere Antwort auf die neuen Herausforderungen war das Programm „Conversion“. Dieses steht für „Umdenken und Umbauen“.

Wir haben bereits im Herbst 2008 begonnen, mit umfangreichen Maßnahmen dem Nachfrageeinbruch und Ergebnisrückgang entgegenzuwirken.

Insgesamt konnten wir im Rahmen des „Conversion“-Programms im Geschäftsjahr 2009 bereits Kosteneinsparungen von rd. 142 Mio. Euro realisieren.

Auch wenn es so scheint, dass wir vorerst das Schlimmste hinter uns haben dürften, gehen wir davon aus, dass der Weg aus der Talsohle lang und holprig ist.

Die globale gesamtwirtschaftliche Entwicklung bleibt weitgehend offen bis unklar.

Unsere Antwort auf die neuen Herausforderungen war das Programm „Conversion“. Dieses steht für „Umdenken und Umbauen“.

Die Prognosen der Experten reichen von optimistisch bis sehr kritisch. Es gibt keine verlässlichen Trends, die eine klare Richtung vorgeben.

Die weltweiten Abhängigkeiten sind vielschichtig:

- ▷ Chancen und Risiken eines globalen Wirtschaftswachstums
- ▷ Geldpolitik
- ▷ Währungspolitik
- ▷ neuer, zunehmender Protektionismus
- ▷ Nach wie vor gehen hohe Risiken von den Finanzmärkten aus.
- ▷ Es drohen Verknappungen in den Rohstoff- und Beschaffungsmärkten.
- ▷ Energie- und Umweltthemen werden erheblich an Bedeutung gewinnen.
- ▷ Die Arbeitsmärkte werden sich verändern
- ▷ und die öffentliche und private Verschuldung ist rekordverdächtig hoch und riskant.

Ziele „Conversion 2010“

Wir stellen uns bei Krones diesen geänderten Rahmenbedingungen und Herausforderungen mit aller Konsequenz, mit der Fortsetzung und Erweiterung unseres „Conversion“-Programms im Sinne von „Umdenken und Umbauen“.

„Conversion“ ist der neue strategische Masterfahrplan für die kommen-

den Jahre. Das Unternehmen muss lernen, mit der neuen exogenen Unsicherheit der globalen Märkte umzugehen. Die Herausforderung unseres Managements ist es, Krones für eine unberechenbare, schwankende wirtschaftliche Großwetterlage „wetterfest“ zu machen.

Wir arbeiten mit Elan an der Umsetzung eines langfristigen und belastbaren Konzepts, um eine erfolgreiche Zukunft von Krones auch unter geänderten globalen Rahmenbedingungen zu sichern.

Die neuen unternehmerischen Herausforderungen sind komplex und vielschichtig. Wir arbeiten gemeinsam mit unserem Management und Mitarbeitern an einem Change-Design und stellen uns auf die neue Volatilität in den Absatzmärkten ein.

Die lineare Planung aus der Vergangenheit funktioniert unter diesen geänderten gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht mehr.

Strategische Planung – und damit die Unternehmensführung – muss heute von schnellen Trendumbrüchen ausgehen und die Reaktionsgeschwindigkeit und Veränderungsfähigkeit im Unternehmen erhöhen. Gefordert ist eine noch höhere Flexibilität, um auf die raschen Veränderungen von außen noch besser und schneller reagieren zu können. Darüber hinaus müssen wir in der Lage sein, zunehmend komplexe interne Prozesse sicher zu beherrschen. Dafür ist eine konsequente Restrukturierung unerlässlich.

Gefordert ist eine noch höhere Flexibilität, um auf die raschen Veränderungen von außen noch besser und schneller reagieren zu können.

Umdenken und Umbauen im Sinne von „Conversion“ und Nachhaltigkeit sowie gesellschaftlicher Verantwortung sehen wir als einen ganzheitlichen Ansatz, den wir Ihnen in einem Film näherbringen möchten.

Die Lösungen zur Gestaltung der Zukunft beinhalten auch eine Reihe von Themen, die wir unter „strategische Restrukturierung“ subsummiert haben.

So z.B.:

- ▷ die Reduktion von Komplexität und ihrer Folgewirkungen
- ▷ ein weiterer zielorientierter Ausbau des Innovationsmanagements
- ▷ Wir werden Bereiche mit fehlendem strategischen Fit verändern müssen
- ▷ und das Thema „Energie-Effizienz“ wird einen noch größeren Stellenwert einnehmen.

Es ist für uns kein Widerspruch, auch in Krisenzeiten an zukünftiges Wachstum zu denken.

Wir müssen Fixkosten senken, immer bessere Maschinen und Anlagen immer effizienter entwickeln und herstellen; und wir müssen noch flexibler produzieren und Gleichteile nutzen. Wer heute konsequent restrukturiert, wird schneller und sicherer zu profitabilem Wachstum zurückfinden.

Deshalb ist es für uns kein Widerspruch, auch in Krisenzeiten an zukünftiges Wachstum zu denken. Wir werden Möglichkeiten wahrnehmen, um auch für die Zukunft Wachstumsperspektiven mit Profitabilität zu schaffen.

Wir sind dabei unsere weltweite Wertschöpfungskette zu verbessern, insbesondere im Bereich von Lifecycle Services.

Und wir werden ganz gezielt an einer weiteren Optimierung unserer vertrieblichen Schlagkraft arbeiten.

Der gesamte Weltmarkt für Verpackungsmaschinen ist im Krisenjahr 2009 um rund ein Viertel gegenüber 2008 weltweit eingebrochen.

In der ersten Schockstarre der Krise haben viele Unternehmen ihre Investitionsabsichten verschoben oder sogar gänzlich zurückgenommen. Mittlerweile haben sich die Märkte aber wieder erholt. Trotzdem müssen wir uns darauf einstellen, dass das Ni-

veau des Boomjahres 2008 im Gesamtmarkt erst mittel- bis langfristig 2013/2014 wieder erreicht werden kann. Wir gehen allerdings davon aus, dass Krones – wie in der Vergangenheit – schneller wachsen wird als der Markt.

Wachstumstrends

Die langfristigen Wachstumsaussichten sind für Krones unverändert gut, weil die Megatrends für unsere Branche sprechen.

- ▷ Krones Produkte und Dienstleistungen sind konsumnah im Sinne von „Essen und Trinken“ und damit keine klassischen, zyklischen Investitionsgüter.
- ▷ Die Weltbevölkerung nimmt weiterhin dynamisch zu.
- ▷ Der Wohlstand in vielen Ländern, und damit der Konsum, steigt.

▷ Es gibt – auch in der Krise – eine stabil steigende Nachfrage bei Endprodukten, weil Essen und Trinken eben zu den Grundbedürfnissen aller Menschen zählt.

▷ Der Anspruch nach hygienisch einwandfreien Getränken und qualitativ hochwertigen Lebensmitteln nimmt ebenfalls zu.

▷ Wir sind konfrontiert mit einer wachsenden Getränkevielfalt.

▷ Und zudem steigen die Anforderungen unserer Kunden in Form einer wachsenden Komplexität, weil sie immer mehr unterschiedliche Produkte anbieten müssen, um auf teilweise gesättigten Märkten bestehen zu können.

Die Märkte für unsere Produkte sind nach wie vor vorhanden und Krones bietet immer die passende Lösung. Wir haben die Krise als Chance

verstanden und mit „Conversion“ die Antworten für die geänderten Herausforderungen formuliert. Unsere Ziele haben wir klar im Visier.

Wir kämpfen mit Engagement, Intelligenz und Kreativität für den zukünftigen Erfolg von Krones. Krones soll für seine Aktionärinnen und Aktionäre auch in Zukunft ein lohnendes Investment sein.

Der Vorstand, das Management und alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Ihrer Krones AG danken Ihnen für das entgegengebrachte Vertrauen. Schenken Sie uns und dem Unternehmen auch künftig Ihr Vertrauen, Ihre Loyalität und Ihre Unterstützung.

Wir danken Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit!

