

# HEIDELBERG

---

---

## Heidelberg konnte seine Ertragskraft im Geschäftsjahr 2000/2001 weiter stärken

**Bernhard Schreier**  
Vorsitzender des Vorstands  
der Heidelberger Druckmaschinen AG  
in der Hauptversammlung am 25. September 2001

---

---

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, sehr geehrte Aktionärsvertreter, meine Damen und Herren,

herzlich willkommen zu unserer diesjährigen Hauptversammlung. Ich freue mich über Ihr zahlreiches Erscheinen hier in der Stadthalle in Heidelberg. Darüber hinaus begrüße ich auch diejenigen Aktionäre, die via Internet unserer Hauptversammlung folgen. Sie sehen, wir als Druckmaschinenhersteller und somit Protagonisten der Information auf Papier scheuen nicht den Einsatz modernster elektronischer Medien. Wir sind davon überzeugt, dass sich elektronische und gedruckte Medien auch künftig ergänzen werden. Darum sind wir zuversichtlich, den richtigen Weg eingeschlagen zu haben und unsere Ziele in der Zukunft zu erreichen.

Lassen Sie mich jedoch zuerst auf das abgelaufene, äußerst erfolgreiche Geschäftsjahr zurückblicken und Ihnen dann den Weg beschreiben, den wir gehen wollen.

Meine Damen und Herren,

hinter uns liegt ein Rekordjahr, in dem wir unser angestrebtes Wachstum erreichen konnten. Mit steigenden Umsätzen in allen Unternehmensbereichen haben wir bewiesen, dass unsere Neuausrichtung zum Lösungsanbieter für die gesamte grafische Industrie der richtige Schritt war. Damit haben wir einen Paradigmenwechsel vollzogen: Nicht nur die vom Unternehmen entwickelten Technologien stehen im Vordergrund unseres Denkens, sondern die Bedürfnisse und Wünsche unserer Kunden.

---

---

**Hinter uns liegt  
ein Rekordjahr,  
in dem wir unser  
angestrebtes Wachstum  
erreichen konnten.**

---

---

Mit Stolz kann ich Ihnen berichten, dass wir heute weltweit von der Druckvorstufe über die unterschiedlichen Druckverfahren bis hin zur Weiterverarbeitung praktisch alles aus einer Hand liefern können – inklusive

der dazugehörigen Services und Dienstleistungen. Das hat keiner unserer Wettbewerber geschafft.

Meine Damen und Herren,

wir sind überzeugt, dass wir für die gegenwärtigen und künftigen Herausforderungen gut gerüstet sind, um unseren Kunden ein wettbewerbsfähiges, noch attraktiveres Angebot und Ihnen als Investoren ein ertragreiches Investment bieten zu können.

Wir sind davon überzeugt, einen entscheidenden Beitrag zur Sicherung der Zukunft der Printmedien leisten zu können. Das Kalenderjahr 2000 war eine beispiellose Erfolgsgeschichte für die grafische Industrie.

Noch nie wurde so viel gedruckt wie im letzten Jahr, so lag der Wert der gedruckten Produkte weltweit bei rund 430 Milliarden US Dollar.

Noch nie wurde so viel Papier verbraucht wie im Jahr 2000, allein für Tageszeitungen und allgemeine Druckmedien wie Bücher und Broschüren wurden 140 Millionen Tonnen Papier benötigt.

Und noch nie wurden so viele Druckmaschinen bestellt. So lieferte die gesamte Druckindustrie allein in den Marktsegmenten Bogen- und Rollenoffset sowie Zeitungsrotationen weltweit rund 30.000 Druckwerke an die Kunden aus.

---

### Wir haben uns auf die Fahne geschrieben, die Zukunft der Printmedien aktiv zu gestalten und damit gleichzeitig auch die Zukunft unseres Geschäftes zu sichern.

---

Dies ist eine Entwicklung, von der Heidelberg stark profitiert hat, die von Heidelberg aber auch stark geprägt wurde.

Wir haben uns auf die Fahne geschrieben, die Zukunft der Printmedien aktiv zu gestalten und damit gleichzeitig auch die Zukunft unseres Geschäftes zu sichern.

Meine Damen und Herren,

ich betone noch einmal, dass gesellschaftliches Leben und wirtschaftliche Entwicklung ohne Druckprodukte nicht denkbar sind. Allerdings muss sich die Branche den wachsenden Herausforderungen der globalen Kommunikationsgesellschaft stellen. Bislang getrennte Bereiche wie Telekommunikation, Unterhaltungselektronik, TV, Radio, Computermedien und Print wachsen durch die neuen Internet- und Mobil-Technologien zusammen.

Heidelberg begreift diese Marktveränderungen als große Herausforderung. Heidelberg wird alles dafür tun, die Stellung der Printmedien weiter zu stärken.

Dies wollen wir erreichen, indem wir

- ▷ unsere Position als *Weltmarktführer* weiter ausbauen und noch mehr Verantwortung für die gesamte Branche übernehmen,
- ▷ die Marke Heidelberg über die Grenzen der Druckindustrie hinaus

*bekannt machen* und das Ansehen der Printmedien in der gesamten Kommunikationswelt steigern.

Dazu müssen wir auch künftig

- ▷ durchgängige *Topqualitätsangebote*, garantierte Spitzentechnologie, innovative Ausrüstung und Software liefern,
- ▷ die *Technologie-Führerschaft* halten. Mit diesem Ziel optimieren wir das Offsetverfahren und investieren in neue Drucktechnologien, wie den Digital- und den Flexodruck, wir müssen eine maximale *Kundenorientierung* erreichen, indem wir für unsere Kunden Lösungen anbieten, die aus zuverlässiger Hardware, Software und professionellem Service bestehen, und weltweit mit einem hochmotivierten *Heidelberg-Team* unsere Kunden und Geschäftspartner betreuen.

All dies tun wir, um einen *Mehrwert* sowohl für unsere Kunden, Mitarbeiter und gleichzeitig für Sie, unsere Aktionäre, zu schaffen.

Meine Damen und Herren,

wie in der Vergangenheit, werden wir auch in der Zukunft halten, was wir versprechen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnten wir wiederum einen erheblichen Mehrwert für Aktionäre, Mitarbeiter und Gesellschaft erzielen.

---

### Wir wollten bei Umsatz und Ertrag mindestens zweistellig wachsen. Das haben wir erreicht.

---

Wir wollten bei Umsatz und Ertrag mindestens zweistellig wachsen. Das haben wir erreicht. So stieg der Umsatz der Heidelberg-Gruppe in 2000/2001 im Vergleich zum Vorjahreswert um über 15 Prozent auf 5,3 Milliarden Euro. Damit hat das Unternehmen erstmals in seiner Geschichte die Umsatz-Grenze von 10 Milliarden Mark überschritten. Auch der Auftragseingang entwickelte sich in allen Sparten sehr erfreulich. Mit rund 5,5 Milliarden Euro und einem Plus von 18 Prozent erreichten wir

eine neue Bestmarke. Damit baute das Unternehmen seine führende Stellung in der grafischen Industrie weiter aus: Das gilt sowohl für unseren traditionellen Bereich, den Offsetdruck, als auch für unseren erfolgreichen Eintritt in neue Marktsegmente wie den Digital- und Zeitungsdruck.

Die Ergebnisentwicklung im vergangenen Geschäftsjahr unterstreicht das Wachstumspotenzial des Unternehmens. Das operative Ergebnis lag mit 506 Millionen Euro um rund 10 Prozent über dem Wert des Vorjahres. Der Jahresüberschuss der Heidelberg-Gruppe erhöhte sich von 251 Millionen Euro auf bereinigt 283 Millionen Euro und unter Berücksichtigung von – allerdings einmaligen – Sondereinflüssen sogar auf 342 Millionen Euro.

---

### Das operative Ergebnis lag mit 506 Millionen Euro um rund 10 Prozent über dem Wert des Vorjahres.

---

Mit einem Auftragsbestand in Höhe von knapp 1,7 Milliarden Euro zum 31. März 2001 befindet sich die Heidelberg-Gruppe in einer komfortablen Ausgangssituation. Im Vergleich zum Vorjahr wuchs unser Auftragspolster um 25 Prozent. Damit haben wir unsere durchschnittliche Auftragsreichweite auf 3,8 Monate im Berichtsjahr erhöht und so bereits zu Beginn des neuen Geschäftsjahres Auslastung und Beschäftigung der Heidelberg-Gruppe weitgehend gesichert. Von hier aus wollen wir unsere Position in der Branche weiter ausbauen.

Die Exportquote Heidelbergs stieg nochmals leicht auf rund 87 Prozent. Zum 31.03.2001 beschäftigte die Heidelberg-Gruppe weltweit 25.936 Mitarbeiter und damit 1.759 Personen mehr als zu Geschäftsjahresbeginn. Allein in Deutschland haben wir 1.000 neue Mitarbeiter an Bord genommen.

Unsere Aktie hat sich im vergangenen Geschäftsjahr trotz aller Schwie-

rigkeiten auf den Aktienmärkten vergleichsweise positiv entwickelt.

Der gegenwärtige Kurs der Aktie spiegelt jedoch weder unsere Leistungen im vergangenen Geschäftsjahr noch das tatsächliche Potenzial unseres Unternehmens wider. Die Kursentwicklung der vergangenen Monate muss sicher im Kontext der ungewissen weltweiten konjunkturellen Gesamtentwicklung gesehen werden. Dies zeigt sich auch in der negativen Entwicklung der Börsenindices.

---

### Die Exportquote Heidelbergs stieg nochmals leicht auf rund 87 Prozent.

---

In Bezug auf den deutschen Markt hat Heidelberg den DAX seit Anfang des Jahres um 8 Prozent geschlagen.

Allerdings sind auch wir alles andere als zufrieden mit dem gegenwärtigen Stand. Wir werden daher alles tun, damit der Kurs wieder auf ein angemessenes Niveau steigen wird.

Meine Damen und Herren,

die Nachfrage nach einer Aktie hängt eng mit dem frei handelbaren Volumen zusammen. Ich hatte Ihnen im vergangenen Jahr angedeutet, dass wir mit unseren Großaktionären über eine Erhöhung des Streubesitzes (Free Float) sprechen werden, um die Heidelberg-Aktie für eine breiter gestreute Aktionärsstruktur noch interessanter zu machen.

Wie Sie sicherlich verfolgt haben, sind wir diesem Ziel ein weiteres Stück näher gekommen. Im Mai diesen Jahres hat die RWE AG 6,15 Prozent ihrer Beteiligung an Heidelberg an nationale und internationale institutionelle Investoren veräußert. Damit hat sich der Free Float des Unternehmens auf über 22 Prozent erhöht. Wir sehen einer langfristig positiven Entwicklung des Kurses entgegen.

Ich versichere Ihnen, die Gespräche mit unseren Großaktionären sind dadurch aber nicht beendet. Wir setzen uns weiterhin für eine Erhöhung des Streubesitzes ein.

Meine Damen und Herren, wie hat sich nun die äußerst positive Geschäftsentwicklung unseres Unternehmens im Detail auf die Gewinn- und Verlustrechnung und die Bilanz ausgewirkt?

Wie eingangs schon erwähnt, konnte Heidelberg seine Ertragskraft im Geschäftsjahr 2000/2001 weiter stärken: Das Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit haben wir gegenüber dem Vorjahr um knapp 10 Prozent auf 506 Millionen Euro verbessert, obwohl wir auch im abgelaufenen Geschäftsjahr hohe Vorleistungen für die Entwicklung und Vermarktung der digitalen Druckmaschinen sowie im Zeitungsbereich erbracht haben. Zusätzlich sind in diesem Ergebnis hohe Sonderaufwendungen für die drupa 2000 enthalten, die uns andererseits durch den Messeerfolg auch einen kräftigen Schub nach vorne einbrachte.

---

### Der Jahresüberschuss der Heidelberg-Gruppe stieg von 251 Mio Euro auf bereinigt 283 Mio Euro – und, wenn man Sonder- einflüsse berücksichtigt, sogar auf 342 Mio Euro.

---

Der Jahresüberschuss der Heidelberg-Gruppe stieg von 251 Millionen Euro auf bereinigt 283 Millionen Euro – und, wenn man Sondereinflüsse berücksichtigt, sogar auf 342 Millionen Euro. Dieser Einmaleffekt von 98 Millionen Euro vor Steuern (nach Steuern 60 Millionen Euro), der sich im Finanzergebnis niederschlägt, ist auf die Anwendung neuer Vorschriften zum Bilanzierungsansatz für Spezialfonds zurückzuführen. Anders als in den Vorjahren werden die Spezialfonds nicht mehr zu den historischen Anschaffungskosten angesetzt. Vielmehr sind die von den Fonds gehaltenen Aktien, Wertpapiere, liquiden Mittel und Renten zu ihren Marktwerten zu bilanzieren.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr verfolgte die Heidelberg-Gruppe eine

konsequent wertorientierte Unternehmensführung. Deshalb haben wir durch eine Reihe von Aktivitäten unsere Kapitalstruktur weiter verbessert: Auf der Basis einer Erhöhung der Bilanzsumme von 8 Prozent auf 5.442 Millionen Euro hielten wir unsere Eigenkapitalquote konstant auf rund 45 Prozent. Gleichzeitig ist es uns gelungen, unsere Kapitalbindungsdauer von 29 Tagen im Vorjahr auf 25 Tage im Berichtsjahr zu reduzieren. Dies

---

### Auch im zweiten Jahr ihres Bestehens hat die Sparte Digital ein sehr gutes Ergebnis erwirtschaftet.

---

erreichten wir unter anderem durch eine „Asset-Backed-Transaction“ in den USA, bei der wir langfristige Forderungen aus der Kundenfinanzierung in liquide Mittel umwandelten, die wir dann zum Abbau von Fremdkapital verwenden konnten.

Ich möchte nun auf die Entwicklung unserer vier Geschäftssparten in 2000/2001 näher eingehen.

Meine Damen und Herren,

auch im zweiten Jahr ihres Bestehens hat die Sparte Digital ein sehr gutes Ergebnis erwirtschaftet. So stieg der Umsatz in diesem Bereich um knapp 16 Prozent von 659 Millionen Euro auf rund 763 Millionen Euro. Das außerordentliche Wachstum bestätigt unsere Strategie, das zukunftssträchtige Marktsegment Digitaldruck weiter zu erschließen. Einen großen Anteil an diesem Erfolg hatte der sehr erfreuliche Geschäftsverlauf unserer digitalen Schwarzweiß-Druckmaschine Digimaster, die wir in Rochester, USA, produzieren. So konnten wir im abgelaufenen Geschäftsjahr bereits die 2000. Maschine ausliefern. Diese Zahl ist für einen „Newcomer“ einmalig.

Wir sind zuversichtlich, in diesem Marktsegment im laufenden Geschäftsjahr einen Marktanteil von 20 Prozent zu erreichen. Damit hätten wir unsere Prognose aus dem Jahr 1999 schon zwei Jahre früher er-

reicht. Unser Ziel für die nächsten fünf Jahre ist es nun, im auflagenstarken digitalen Schwarzweißdruck einen Marktanteil von 30 Prozent zu gewinnen.

---

### Mit der neu entwickelten Farbdigitaldruckmaschine NexPress 2100 wurde im Bereich Digitaldruck eine neue Ära eingeleitet.

---

Ein weiterer Höhepunkt aus der Sparte Digital war vor rund drei Wochen in Chicago zu sehen: Die in einer Rekordzeit von weniger als 4 Jahren gemeinsam mit Kodak neu entwickelte Farbdigitaldruckmaschine NexPress 2100 hatte dort während der Druckfachmesse Print' 01 ihren offiziellen Verkaufsstart. Damit wurde im Bereich Digitaldruck eine neue Ära eingeleitet. Unsere Kunden haben nun erstmals die Möglichkeit, mit diesem System die Stärken einer Offsetdruckmaschine, also Qualität und Zuverlässigkeit, mit der hohen Flexibilität eines Laserdruckers zu verbinden. Besondere Anforderungen an Druckaufträge wie eine schnelle Auftragsabwicklung, farbige Kleinauflagen oder der Druck variabler Daten für personalisierte Druckerzeugnisse lassen sich damit schnell erfüllen. Die Serienfertigung der NexPress 2100 findet an unserem Standort in Kiel statt, erste Testkunden konnten bereits positive Erfahrungen mit dem System sammeln.

Mit diesem Projekt hat Heidelberg einmal mehr seine Technologieführerschaft in der Branche bestätigt. Ganz besonders stolz sind wir darauf, dass dies eines der wenigen Beispiele dafür ist, mit einem interkontinentalen Team in kürzester Zeit ein Spitzenprodukt zu entwickeln. Wir werden uns mit dieser Lösung als führender Anbieter digitaler Printlösungen etablieren.

Mit unserer erfolgreichen Strategie im Digitaldruck investieren wir auch in die Zukunft des Unternehmens. Farbiger und schwarzweißer Digital-

druck wird in den nächsten Jahren der größte Wachstumsmarkt der Druckindustrie sein; wir erwarten Raten von mehr als 15 Prozent Wachstum pro Jahr. Darum flossen auch rund 20 Prozent unseres Investitionsvolumens von ca. 215 Millionen Euro in dieses zukunftsreiche Geschäft.

Im Bereich der Druckvorstufe fanden wir ein schwieriges Marktumfeld vor. Die Beendigung der Zusammenarbeit mit der Firma Creo kurz vor der drupa kam noch erschwerend dazu.

Die von Heidelberg ab dem zweiten Geschäftshalbjahr verfolgte Strategie, mit dem neuen Produkt Topsetter verlorene Anteile im Computer-to-Plate-Bereich zurückzugewinnen, zeigte erste positive Wirkungen. Darüber hinaus haben wir unsere Entwicklungen in dieser Sparte auf die strategisch wichtigen Zukunftsmärkte Plattenbelichtung und Workflowsoftware konzentriert. So konnten wir ebenfalls auf der Print in Chicago mit der neuen Prosetter-Serie unser Portfolio um die Violett-Technologie erweitern. Erstmals ist damit auch für kleine und mittlere Druck- und Vorstufenbetriebe der kostengünstige Einstieg in den professionellen Computer-to-Plate-Workflow möglich.

---

### Im Bereich der Druckvorstufe fanden wir ein schwieriges Marktumfeld vor.

---

Nun zu unseren Bogenoffsetmaschinen und der Sparte Sheetfed – unserem Stammgeschäft. Mit diesen Maschinen werden einzelne Bogen mehrfarbig bedruckt und damit qualitativ hochwertige Druckerzeugnisse vom Formular bis zum Flyer, vom Kalender bis zum Katalog hergestellt.

Meine Damen und Herren, auch hier haben wir eine neue Dimension erreicht: Mit einem Umsatz von 3,3 Milliarden Euro überschritten wir erstmals die Grenze von 3 Milliarden Euro – das sind nahezu 63 Pro-

zent des Umsatzes der Heidelberg-Gruppe. In diesem Segment erreichten wir ein Wachstum von fast 17 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Das betriebliche Ergebnis dieser Sparte erhöhte sich von 491 Millionen Euro auf 543 Millionen Euro.

Die gesamte Sparte profitierte von der günstigen Entwicklung in der Werbeindustrie. Niemals zuvor wurde so viel Werbematerial bedruckt und so viel bedruckte Verpackung verbraucht. Positiv auf die Bestellungen wirkte sich auch die Entwicklung der Konjunktur und der Wechselkurse aus.

---

### Auch mit unseren Bogenoffsetmaschinen und der Sparte Sheetfed haben wir eine neue Dimension erreicht.

---

Dank des günstigen wirtschaftlichen Umfelds in den Regionen Zentral-Europa und Asien/Pazifik blieben die Auftragseingänge über den gesamten Jahresverlauf hinweg auf hohem Niveau. Im Geschäftsjahr 2000/2001 lieferten wir beispielsweise Hunderte von Bogenoffset-Druckwerken nach China. In dieser Region und vor allem in China erwarten wir für die Sparte Sheetfed auch in Zukunft ein starkes Wachstum.

Durch technische Innovationen und ein herausragendes Angebot an Produkten und Serviceleistungen wird die Sparte Sheetfed auch künftig mit ihren Lösungsangeboten Kunden aus aller Welt überzeugen. Jüngstes Beispiel ist die ebenfalls auf der Fachmesse Print in Chicago Anfang September vorgestellte neue digitale Offsetdruckmaschine Quickmaster DI 46-4 Pro.

Heidelberg bestätigt genau 10 Jahre nach der Vorstellung dieser Technologie an gleicher Stelle seine führende Position in diesem Marktsegment. Mit über 1.800 DI-Druckmaschinen hat das Unternehmen bisher mehr Systeme verkauft als alle Wettbewerber zusammen.

Meine Damen und Herren,

ich komme nun zum Geschäftsverlauf der Sparte Web Systems. Die Kernprodukte dieses Bereiches sind Rollenoffsetdruckmaschinen für hohe Auflagen – vor allem von Werbeträgern – und Zeitungsdruckmaschinen.

---

**In der Sparte Web Systems erzielte Heidelberg einen Umsatz in Höhe von 801 Millionen Euro nach 695 Millionen Euro im Vorjahr, eine Steigerung von über 15 Prozent.**

---

Heidelberg erzielte hiermit einen Umsatz in Höhe von 801 Millionen Euro nach 695 Millionen Euro im Vorjahr, eine Steigerung von über 15 Prozent. Die stärksten Umsatzsprünge konnten in den Regionen Nordamerika und Asien erzielt werden. Sehr erfreulich ist, dass wir im Bereich für die Produktion von Katalogen, Magazinen und Beilegern unsere weltweite Marktführerschaft mit einem Anteil von 45 Prozent weiter behaupten konnten. Das betriebliche Ergebnis erreichte erwartungsgemäß trotz des Aufbaus des Geschäfts mit Zeitungsdruckmaschinen den Break-even-Point – nach minus 7 Millionen Euro in 1999/2000.

Im für Heidelberg neuen Zeitungs- maschinengeschäft konnten wir unsere im vergangenen Jahr auf der drupa vorgestellte Rotation Main- stream 80 gut im Markt positionieren. Die erste Maschine ist bei einer dänischen Druckerei bereits installiert. Nach weiteren Verkäufen in Europa haben wir nun auch den Durchbruch im hart umkämpften US-Markt erzielt. Dort geht die erste Mainstream 80 an die Zeitung „The Roanoke Times“ in Virginia. Mit dem Erfolg in den USA sind wir einen entscheidenden Schritt weiter, unsere Marktposition im Zeitungsdruck weiter auszu- bauen. Wir gehen davon aus, dass der Zeitungsmarkt weltweit jährlich um 10 Prozent wachsen und Heidelberg davon profitieren wird.

Lassen Sie mich nun zu unserer vierten Sparte, Finishing, kommen. In diesem Bereich bieten wir unseren Kunden Lösungen für die Druckwei- terverarbeitung, also Anlagen und Maschinen zum Falzen, Zusammen- tragen, Binden und Heften von Druckerzeugnissen wie Zeitschriften, Broschüren und Bücher.

Wir haben hier in 2000/2001 den Umsatz von 398 Millionen Euro auf 408 Millionen Euro gesteigert. Vor al- lem Verkäufe von Sammelheftern und die als Handelsware verkauften Schneidemaschinen zeigten einen deutlichen Zuwachs. Unsere Markt- führerschaft mit über 40 Prozent im Bereich der Falzmaschinen konnten wir verteidigen. Das betriebliche Er- gebnis stieg überproportional von 5 Millionen Euro auf 27 Millionen Euro. Dieser Anstieg ist hauptsäch- lich den Ergebniszuwachsen bei Falz- maschinen und Sammelheftern zu verdanken.

Meine Damen und Herren, diese Sparte ist für uns ein wichtiger strate- gischer Zukunftsmarkt. Hier wollen wir stärker als der Markt wachsen und unsere Aktivitäten verbreitern.

---

**Die Sparte Finishing ist für uns ein wichtiger strategischer Zukunftsmarkt.**

---

Eine, wenn nicht die Stärke von Heidelberg ist seine weltweite Prä- senz. Damit stellen wir einerseits si- cher, dass wir so nah wie möglich an unseren Kunden dran sind, und ande- rerseits, dass wir nicht komplett von regionalen Konjunkturschwankungen abhängig sind. Wir werden uns daher auch weiterhin konsequent um den Ausbau unserer weltweiten Vertriebs- und Serviceorganisation bemühen.

Die Ergebnisse in den einzelnen Regionen bestätigen dies: In allen Re- gionen konnte Heidelberg eine hohe Nachfrage registrieren. Der Umsatz in der Region NAFTA, also in Nord- amerika, Kanada und Mexiko, stieg

trotz der konjunkturellen Abkühlung im zweiten Halbjahr des vergangenen Geschäftsjahres um 16 Prozent auf 1,8 Milliarden Euro. Gerade hier ho- norierten unsere Kunden die Neuaus- richtung Heidelbergs als Anbieter umfassender Print-Media-Lösungen.

---

**In allen Regionen konnte Heidelberg eine hohe Nachfrage registrieren.**

---

In Zentral-Europa erreichte Heidel- berg erneut das hohe Umsatzvolumen von 1,9 Milliarden Euro. Hierbei sind Deutschland mit rund 700 Millionen Euro und England mit 380 Millionen Euro als Hauptmärkte hervorzuheben. Zur Gewährleistung einer einheitli- chen Marktpräsenz in der Schweiz und in Liechtenstein haben wir im ab- gelaufenen Geschäftsjahr unseren bis- lang unabhängigen Geschäftspartner Lüscher, Leber + Cie AG in Bern übernommen. Dieses Unternehmen wurde per 01. April 2001 mit unserer bereits bestehenden Vertriebsgesell- schaft für Prepress-Produkte, der Hei- delberger Druckmaschinen Schweiz AG, Zürich, zur Heidelberg Schweiz AG, Bern, verschmolzen.

Meine Damen und Herren, dies ist ein weiterer wichtiger Schritt unserer weltweiten Vertriebsausrichtung, die dem Grundprinzip folgt, direkt mit dem Kunden in Kontakt zu stehen, di- rekt den Kunden vor Ort zu betreuen und direkt mit dem Kunden Lösungen zu erarbeiten.

Die drei Regionen Naher Osten/Afrika, Asien/Pazifik sowie Mittel- und Südamerika verzeichne- ten Umsatzsteigerungen gegenüber dem Vorjahr von weit über 30 Pro- zent. Asien /Pazifik erreichte fast eine Milliarde Euro Umsatz und ist damit inzwischen unsere drittgrößte Region. Unsere Strategie, während der inzwi- schen überwundenen Wirtschaftskrise in Asien unsere Position in der Re- gion auszubauen, hat sich bewährt. Dank unserer Präsenz mit eigenen Vertriebsgesellschaften konnten wir in dieser Region exzellente Ergeb- nisse erzielen und an die starke Um-

satzentwicklung des Vorjahres anknüpfen. In allen Märkten Asiens entwickelten sich die Heidelberg-Umsätze positiv; besonders unsere Vertriebsgesellschaft in China zeigte erneut hohe Zuwächse. Die Umsätze stiegen dort um 49 Prozent auf 178 Millionen Euro.

Die höchste prozentuale Steigerung aller Regionen erzielte Eastern Europe mit 53 Prozent auf nunmehr 291 Millionen Euro.

Meine Damen und Herren, sehr geehrte Aktionäre,

lassen Sie mich noch einige Höhepunkte aus diesem Rekordjahr hervorheben, bevor ich dann nach vorn schaue.

Heidelberg hat im vergangenen Geschäftsjahr sein 150-jähriges Jubiläum gefeiert. Pünktlich dazu haben wir hier in Heidelberg die Print Media Academy eröffnet. Dieses Gebäude hat sich bereits im ersten Jahr als Zentrum für Kommunikation, Qualifizierung und Wissen etabliert.

---

### **Pünktlich zum 150-jährigen Jubiläum haben wir hier in Heidelberg die Print Media Academy eröffnet.**

---

Über 25.000 Besucher und 8.000 Schulungsteilnehmer haben das Haus bereits kennen gelernt. Wir sind sicher, diese Zahl im laufenden Geschäftsjahr deutlich zu übertreffen. Weltweit bietet Heidelberg jetzt ein umfangreiches Aus- und Weiterbildungsangebot an: In São Paulo, Brasilien, haben wir gerade eine weitere Print Media Academy eröffnet, in Kairo, Ägypten, feiern wir im Frühjahr 2002 die Einweihung. Insgesamt acht Print Media Academy-Standorte gibt es.

Die Fachmesse drupa im Mai 2000 bescherte dem Unternehmen einen einzigartigen Boom mit einem Auftragseingang in Höhe von 1,5 Milliarden Euro. Dies führte zu einer absoluten Rekordauslastung in unseren Werken, gerade in Wiesloch, Amstetten

und Brandenburg. 42,5 Stunden lange Arbeitswochen und Samstagsarbeit waren die Regel. Wir gehen im laufenden Geschäftsjahr davon aus, den Arbeitsrhythmus wieder auf ein normales Niveau einzupendeln. Mein besonderer Dank gilt an dieser Stelle unseren Mitarbeitern in den Werken aller Standorte, die mit einem enormen Einsatz den Auftragsboom ohne jeglichen Qualitätsverlust abgearbeitet haben.

---

### **Die Fachmesse drupa im Mai 2000 bescherte dem Unternehmen einen einzigartigen Boom mit einem Auftragseingang in Höhe von 1,5 Milliarden Euro.**

---

Der fortschreitenden Globalisierung des Unternehmens haben wir mit dem Start einer weltweiten E-Initiative zum Einsatz des Internets für unsere internen und externen Kommunikationsflüsse Rechnung getragen. Ziel ist es, das ganze Unternehmen fit für das Internet-Zeitalter zu machen. Dabei steht der Nutzen der Internet-Technologie für unsere Kunden, Anteilseigner und Prozesse im Mittelpunkt.

Dies wird die Effizienz all unserer Geschäftsprozesse rund um den Globus nachhaltig steigern. Es geht im Wettbewerb heute nicht mehr nur darum, das beste Produkt zu haben – wir wollen es auch früher als der Wettbewerb haben. Nur wenn wir unser gesamtes verfügbares Wissen schnellstmöglich allen relevanten Stellen im Unternehmen zur Verfügung stellen können, werden wir unsere Innovationsführerschaft in der Branche erhalten.

Für uns als Global Player ist nicht nur entscheidend, ob wir das Internet nutzen, sondern wann und wie wir es nutzen. Wir haben uns vorgenommen, auch hier zu den Marktführern zu gehören und Zeichen in der grafischen Industrie zu setzen.

Meine Damen und Herren,

unser Erfolg basiert, wie bereits angedeutet, auf dem herausragenden Einsatz und der Qualität der Arbeit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, denen ich hierfür an dieser Stelle auch in Ihrem Namen herzlich danken möchte. Die Qualität und Motivation der Mitarbeiter sind die entscheidenden Faktoren im Wettbewerb. In einem sich stark verändernden Umfeld, in dem neben elektronischem Kundenkontakt weiterhin persönliche Beratung und Vertrauen eine immer wichtigere Rolle spielen, setzen wir auf unsere Mitarbeiter. Ihr Wissen und Engagement für den Kunden unterscheidet uns von unseren Wettbewerbern. 26.000 hochmotivierte „Heidelberger“ stehen als Team Heidelberg bereit, diesen Weg weiter zu gehen. Auf dieses wichtige Kapital sind wir stolz, und wir werden weiter daran arbeiten, weltweit ein bevorzugter Arbeitgeber zu bleiben.

---

### **Für uns als Global Player ist nicht nur entscheidend, ob wir das Internet nutzen, sondern wann und wie wir es nutzen.**

---

Meine Damen und Herren,

bevor ich Ihnen einen Überblick über das laufende Geschäftsjahr gebe, lassen Sie mich nun zu den wichtigsten Tagesordnungspunkten kommen.

Die Heidelberger Druckmaschinen AG erzielte im Geschäftsjahr 2000/2001 einen Jahresüberschuss von 224 Millionen Euro. Nach Einstellung der Gewinnrücklagen von 69 Millionen Euro ergibt sich ein Bilanzgewinn in Höhe von 155 Millionen Euro.

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung vor, für jede gewinnberechtigende Stückaktie eine Dividende von 1,80 Euro auszuschütten.

Wir wollen mit dieser Ihnen vorgeschlagenen Dividendenerhöhung um 10 Cent unterstreichen, dass wir von der ertragreichen Zukunft des Unternehmens überzeugt sind.

Mit dem Tagesordnungspunkt Nummer sechs schlägt die Verwaltung der diesjährigen Hauptversammlung mehrere Satzungsänderungen vor. Diese dienen in erster Linie dazu, die durch das Gesetz zur Namensaktie und zur Erleichterung der Stimmrechtsausübung neu eingeführten rechtlichen Regelungen für unsere Gesellschaft aufzugreifen.

---

### Vorstand und Aufsichtsrat schlagen vor, für jede gewinnberechtigte Stückaktie eine Dividende von 1,80 Euro auszuschütten.

---

Insofern werden der Hauptversammlung Änderung und Anpassung der §§ 11 Abs. 2 und 3 sowie des § 19 unserer Satzung vorgeschlagen. Zudem schlagen Vorstand und Aufsichtsrat die Änderung des § 5 der Satzung zur Begründung eines satzungsgemäßen Gerichtsstandes in Heidelberg vor. Zur Anpassung der Satzungsregelung über zustimmungsbedürftige Geschäfte an die Größe der Heidelberg-Gruppe sowie zur Klarstellung wird zudem eine Neufassung des § 14 der Satzung vorgeschlagen.

Mit dem Vorschlag zur Änderung des § 18 wollen wir die Übertragung einer Hauptversammlung über elektronische Medien zumindest ermöglichen und – soweit rechtlich zulässig – die Möglichkeit für eine „virtuelle Hauptversammlung“ schaffen, wenn eine Veränderung unserer Aktionärsstruktur und die Bedürfnisse unserer Aktionäre dies künftig sinnvoll erscheinen lassen.

Meine Damen und Herren,

jetzt komme ich zum Schluss meiner Rede auf den Teil, der Sie sicher besonders stark interessieren wird:

Wie wird sich das laufende Geschäftsjahr entwickeln und welche Ziele wollen wir erreichen?

Meine Damen und Herren,

das Weltwirtschaftswachstum betrug im vergangenen Jahr 4 Prozent. Die Prognose für das Jahr 2001 lag im Frühjahr noch bei 3 Prozent,

wurde im Juni auf 2,5 Prozent revidiert und lag vor dem 11. September nur noch bei 2 Prozent. Heute können wir sicher davon ausgehen, dass das Weltwirtschaftswachstum dieses Jahr weniger als 2 Prozent betragen wird. Sie können an diesen Zahlen erkennen, wie schwierig es ist, eine absolut verlässliche Geschäftsprognose für die Druckbranche zu geben, die direkt dem Trend der Weltwirtschaft folgt.

Was heißt das für unser laufendes Geschäftsjahr und für die Folgejahre?

Im ersten Halbjahr, das gerade zu Ende geht, werden wir voraussichtlich beim Umsatz zwischen 7 und 8 Prozent über dem Vorjahreswert liegen.

So konnten wir bereits im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2001/2002 unseren Umsatz um 8 Prozent auf rund 1,1 Milliarden Euro steigern. Das betriebliche Ergebnis stieg in diesem Berichtszeitraum um knapp 22 Prozent auf 45 Millionen Euro. Sehr erfreulich entwickelte sich das Ergebnis nach Steuern mit einem deutlichen Wachstum von 21 auf 29 Millionen Euro, auch begünstigt durch die Steuerreform in Deutschland.

---

### Im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres werden wir voraussichtlich beim Umsatz zwischen 7 und 8 Prozent über dem Vorjahreswert liegen.

---

Für das zweite Halbjahr erwarten wir rückläufige Auftragseingänge. Der Außenumsatz wird sich insbesondere aufgrund der Situation in den USA spürbar abschwächen.

Dennoch streben wir für das Gesamtjahr an, den Umsatz und das Betriebsergebnis auf dem hohen Niveau des Vorjahres zu halten. Wir können allerdings nicht ausschließen, dass bei weiter zunehmender Investitionsunsicherheit unserer Kunden und trotz eingeleiteter Kostensenkungsmaßnahmen die Vorjahreswerte nicht ganz erreicht werden.

In jedem Fall wollen wir das Ergebnis nach Steuern und damit den Gewinn pro Aktie auf dem bisherigen, hohen Niveau halten.

Dass wir für die weitere Zukunft richtig aufgestellt sind, zeigen unsere Erfolge auf der Anfang September in Chicago stattgefundenen Fachmesse Print. Heidelberg baute dort seine international führende Marktposition weiter aus. Bei der in diesem Jahr wichtigsten Fachmesse für die grafische Industrie erzielten wir Aufträge im Wert von 345 Millionen US

---

### In jedem Fall wollen wir das Ergebnis nach Steuern und damit den Gewinn pro Aktie auf dem bisherigen, hohen Niveau halten.

---

Dollar, ein Vielfaches aller dort präsenten Aussteller. Mehr als 50 Prozent aller Aufträge entfielen auf die Sparte Sheetfed (Bogenoffset). Sehr erfolgreich verlief auch der Verkaufstart der neuen Farb-Digitaldruckmaschine NexPress 2100. Mehr als 70 Maschinen wurden in Chicago verkauft. Die in Chicago erreichten Ergebnisse liegen im Rahmen unserer Erwartungen, obwohl die Messe nach den fürchterlichen Anschlägen in den USA nur unter starken Beeinträchtigungen fortgeführt werden konnte.

Die tatsächliche Besucherzahl blieb deshalb auch hinter den Prognosen der Veranstalter zurück. Da während der letzten Messetage kein regulärer Ausstellungsbetrieb möglich war, kann diese Veranstaltung auch nicht mehr als entscheidender Indikator für den weiteren Verlauf des Geschäftsjahres betrachtet werden.

Meine Damen und Herren,

rund 850 Mitarbeiter sowie der gesamte Vorstand waren in Chicago anwesend, als die feigen Terroranschläge in New York, Washington und Pittsburgh viele Opfer gefordert haben. Wir sind tief betroffen über die tragischen Vorfälle und in Gedanken bei den Opfern und Angehörigen.

Die Darstellung des Unternehmens in Chicago auf insgesamt 10.000 Quadratmetern Standfläche war ein Zeichen unserer Leistung und des Vertrauens in die Zukunft. Es bestätigte sich einmal mehr die strategische Ausrichtung des Unternehmens als Lösungsanbieter für die gesamte grafische Industrie. Praktisch jeder der geschätzten 70.000 Print-Gäste war an unserem Stand. In Chicago führten wir den auf der drupa 2000 in Düsseldorf erfolgreich begonnenen Weg als Lösungsanbieter konsequent fort, während sich andere Anbieter schon wieder zweifelnd davon zurückgezogen haben.

---

### Auf der Fachmesse Print Anfang September in Chicago baute Heidelberg seine international führende Marktposition weiter aus.

---

In der Werbeindustrie sehen wir langfristig eine positive Entwicklung, die sehr wichtig für unseren künftigen Erfolg ist. Insgesamt wuchs diese Branche im vergangenen Geschäftsjahr weltweit um rund 5 Prozent auf ein Volumen von 330 Milliarden US Dollar. Auch für die nächsten Jahre wird für die Werbebranche ein Wachstum von über 3 Prozent prognostiziert. Besonders hervorzuheben ist, dass rund 45 Prozent der Werbeausgaben in Printmedien fließen.

Mit zuverlässigen Technologien, beispielloser Kundennähe und einem umfassenden Lösungsangebot erwarten wir in den Folgejahren daher für Heidelberg ein zweistelliges Umsatzwachstum, sofern es auf den für uns wichtigen Märkten nicht zu unvorhersehbaren konjunkturellen Einbrüchen kommt. In fünf Jahren peilen wir daher auf der Basis vernünftiger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen einen Umsatz von rund acht Milliarden Euro an.

Sie sehen, meine Damen und Herren, wir haben uns – wie immer – ehr-

geizige Ziele für die nächsten Jahre gesetzt, und wir halten daran fest.

Wie wollen wir diese wirtschaftlichen Ziele erreichen?

Klar ist, dass wir unsere Stellung als Marktführer in der gesamten grafischen Industrie weiter ausbauen müssen.

Dazu haben wir uns drei strategische Ziele für die Zukunft gesetzt:

1. Heute sind wir der führende Anbieter von Offset-Drucklösungen weltweit. Diese starke Marktposition wollen wir weiter ausbauen.
2. Wir werden weltweit zu den 3 erfolgreichsten Anbietern für Lösungen im professionellen Digitaldruck gehören. Und:
3. Wir wollen die weltweite Marktführerschaft für Lösungen der Druck-Weiterverarbeitung übernehmen.

Um diese ehrgeizigen Ziele zu erreichen, haben wir Mitte des Jahres unser Unternehmen völlig neu aufgestellt. Unsere Strategie als Lösungsanbieter wird künftig auch in unserer Unternehmensstruktur abgebildet sein.

---

### In fünf Jahren peilen wir auf der Basis vernünftiger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen einen Umsatz von rund acht Milliarden Euro an.

---

In der Phase des Erfolgs war jetzt genau der richtige Augenblick gekommen, die Weiterentwicklung von Heidelberg entschlossen voranzutreiben, um auf dem Fundament starker und wettbewerbsfähiger Produkte die Schlagkraft sowie die Markt- und Kundenorientierung unserer Organisation zu erhöhen.

Wir haben uns neu aufgestellt, um konzentrierter an Produkten, integrierten Lösungen und Dienstleistungen mit maximaler *Kundennähe* arbeiten zu können. Unsere neue Organisation wird dabei künftig folgende Hauptmerkmale aufweisen:

▷ Die Bereiche *Vertrieb und Services* werden noch direkter und enger im Kundenkontakt stehen und mehr Entscheidungsfähigkeit im direkten Kundendialog haben.

▷ Die klassischen Produktbereiche der Vergangenheit wandeln sich in *Lösungszentren*, die nicht mehr nur ein einzelnes Produkt entwickeln und herstellen, sondern unseren Vertriebsbereichen integrierte Lösungen für den gesamten Produktionsablauf für die Herstellung eines Buches, einer Zeitung, eines Magazins, eines Werbeprospekts, eines Etiketts oder einer Verpackungsschachtel liefern.

---

### Wir sind die einzigen in dieser Branche, die ein so hohes Wachstumstempo vorlegen können.

---

Das vorrangige Ziel der neuen Organisation ist die Zufriedenheit der Kunden und die aktive Erschließung neuer Marktpotenziale unter Beibehaltung der Stärken aus unserem traditionellen Geschäft.

Gelingt dies, so werden beste Voraussetzungen für die Erreichung aller strategischen Ziele geschaffen. Das unterstreicht die klare Strategie von Heidelberg für ein profitables Wachstum sowie eine wertorientierte Unternehmenspolitik.

Meine Damen und Herren,

wir sind die einzigen in dieser Branche, die ein so hohes Wachstumstempo vorlegen können. Mit einem geplanten Forschungs- und Entwicklungsetat von rund 1,2 Milliarden Euro für die nächsten drei Jahre sowie Investitionen in Höhe von 700 Millionen Euro liegt Heidelberg eindeutig an der Spitze der Druckindustrie.

Wir werden unsere Marktpräsenz weiter ausbauen.

Wir werden unsere Kunden zufrieden stellen und sie bestmöglich bei der Lösung ihrer Probleme unterstützen.

Wir wollen Sie, verehrte Aktionäre, an unserem Erfolg teilhaben lassen.

Wir werden alle diese Herausforderungen erfolgreich meistern.

Dafür steht das gesamte Vorstandsteam.

Dafür stehe ich!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.