

Ausführungen

von

Uwe Röhrhoff

Vorsitzender des Vorstands
der Gerresheimer AG

anlässlich der

ordentlichen Hauptversammlung

am 14. April 2011

um 10.00 Uhr

im CCD.Ost Düsseldorf

(Congress Center Düsseldorf)

- Es gilt das gesprochene Wort -

Gerresheimer AG
Benrather Straße 18 - 20
40213 Düsseldorf
Deutschland

Jens Kürten
Director Corporate Communication & Marketing
Telefon +49 211 6181-250
Telefax +49 211 6181-241
E-Mail j.kuerten@gerresheimer.com
Internet www.gerresheimer.com

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr geehrte Gäste und Vertreter der Medien,
sehr geehrte Damen, meine Herren,

auch im Namen meiner Vorstandskollegen möchte ich Sie zur ordentlichen Hauptversammlung der Gerresheimer AG hier im Congress Center Düsseldorf herzlich begrüßen.

Wie Sie wissen, ist dies meine erste Hauptversammlung, auf der ich zu Ihnen als Vorstandsvorsitzender spreche. In den rund 20 Jahren, in denen ich für Gerresheimer tätig bin, habe ich das Unternehmen intensiv kennengelernt und auf seinem erfolgreichen Weg begleitet. Und wenn Sie es auch nicht wissen, so ist es durchaus möglich, dass auch Sie schon mehrfach Gerresheimer Produkte in den Händen hatten.

Denn unsere Produkte machen Medizin oft erst nutzbar für den Patienten und begleiten ihn in den verschiedenen Anwendungsgebieten oft ein Leben lang - wenn auch unscheinbar, aber in jedem Fall: unverzichtbar. Auf die erste Impfung im Babyalter, für die wir die Spritze herstellen, folgen im Kindes- und Erwachsenenalter weitere Impfungen, wie etwa die jährliche Grippeimpfung. Auch wenn Sie Hustensaft einnehmen, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass wir dafür die braune Glas- oder PET-Flasche hergestellt haben. Sie alle kennen Nasensprays, die ohne unsere Pump- bzw. Sprühfläschchen aus Glas oder Kunststoff nicht anwendbar wären. Ein jeder von uns musste auch schon einmal Tabletten einnehmen, die er einem unserer Kunststoffbehälter entnommen hat. Von einem Krankenhausaufenthalt wissen hoffentlich nur wenige von Ihnen zu berichten, doch manch einer kennt daher den Einsatz von Infusionsflaschen, Heparinspritzen oder Injektionsfläschchen. Bei chronischen Leiden helfen unsere Inhalatoren oder Insulinpens den Patienten, sich selbst zu versorgen und damit ihr Leben nahezu uneingeschränkt selbst zu bestimmen.

Zu Ostern oder zum Geburtstag verschenken Sie vielleicht ein Parfum oder eine hochwertige Pflegecreme, für die wir den Flakon oder den Cremetiegel herstellen.

Ein wirklich breites Spektrum von Produkten also, mit denen unser Unternehmen bereits heute sehr gut aufgestellt ist. Und damit gehören wir zu den führenden Anbietern in jedem unserer Märkte. Aus meiner langjährigen Erfahrung im Umgang mit unseren Kunden, der Kenntnis unserer Produkte und aus dem Dialog mit unseren Mitarbeitern sehe ich jedoch noch weit größeres Potenzial für die weitere Entwicklung unseres Unternehmens. Ich bin der klaren Überzeugung, dass dieses Unternehmen noch deutlich mehr Erfolg haben kann und wird. Vor allem international. Wir wollen in unseren Märkten eines der weltweit führen-

den Unternehmen werden. Und ich sage es noch genauer: Wir wollen *der* führende globale Partner für Lösungen werden, die zur Verbesserung von Gesundheit und Wohlbefinden beitragen.

Dies ist der Anspruch, den wir an uns stellen. Denn wir haben einiges zu bieten. Wir sind eines der wenigen Unternehmen, das unterschiedslos Glas und Kunststoff als Werkstoffe speziell für die Pharmaindustrie beherrscht und für seine Kunden verwendbar macht.

Wir wollen weiter profitabel wachsen und dabei insbesondere in den Schwellenländern Marktanteile hinzu gewinnen. Im Ergebnis wollen wir für Sie, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, ein attraktives Investment darstellen. In all diesen Dimensionen haben wir bereits im vergangenen Geschäftsjahr deutliche Fortschritte gemacht. Darüber möchte ich Ihnen nun berichten.

Weltwirtschaftlicher Rückblick

Die Weltwirtschaft hat sich 2010 von der schweren Rezession schneller erholt als erwartet. Im ersten Halbjahr 2010 wuchs das Welt-Bruttoinlandsprodukt kräftig. Insbesondere die von der Finanzkrise nicht oder deutlich weniger stark betroffenen Schwellenländer unterstützten diese Entwicklung. Impulse kamen aber auch von der zum Teil sehr expansiven Geld- und Fiskalpolitik einiger Länder, sowie vom kräftig anziehenden Welthandel, von dem insbesondere die deutsche Wirtschaft stark profitieren konnte. Im weiteren Jahresverlauf hat sich der konjunkturelle Aufschwung in vielen Ländern allerdings verlangsamt.

So hatte auch die amerikanische Wirtschaft in 2010 noch mit den Folgen der Finanzkrise zu kämpfen. Auch hier folgte auf ein gutes erstes Halbjahr im Jahresverlauf eine eher verhaltene Erholung. Dennoch verbuchten die USA nach den Verlusten des Vorjahres in 2010 wieder einen Zuwachs ihres Bruttoinlandsprodukts.

In Europa blieb die wirtschaftliche Entwicklung hinter der der amerikanischen Wirtschaft zurück. Die hohe Staatsverschuldung einzelner Länder, aber auch die hohe Exportorientierung einiger Volkswirtschaften, verursachten vorübergehend erhebliche wirtschaftliche Einbußen. Im Gegensatz dazu fand Deutschland sehr schnell und kraftvoll aus der Krise. Die Belebung der Binnennachfrage, aber auch die stark auf die Investitionsgüter ausgerichtete Exportindustrie, sorgten in Deutschland für eine erheblich schnellere wirtschaftliche Erholung als in den europäischen Nachbarländern.

Der weltweite Pharmamarkt verzeichnete eine ähnliche Entwicklung. Während die Industrieländer eher moderate Wachstumsraten verbuch-

ten, verlief die Entwicklung in den aufstrebenden Ländern deutlich dynamischer. Hier profitierte der Pharmasektor von steigenden öffentlichen Ausgaben für die medizinische Versorgung sowie von höheren privaten Ausgaben für Vorsorge und Gesundheit. Die staatlichen Bestrebungen, den Anstieg der Kosten im Gesundheitswesen einzudämmen, haben das Wachstum der Pharmaindustrie bisher nicht nachhaltig beeinträchtigt.

Der Markt für hochwertige Kosmetikverpackungen aus Glas belebte sich im Jahresverlauf deutlich. Vor allem der Wiederaufbau von Lagerbeständen bei unseren Kunden, aber auch die anziehende Nachfrage nach Kosmetikartikeln trugen zu dieser Entwicklung bei.

Der Markt für Laborglas-Produkte erholte sich in 2010 schrittweise, denn auch hier wurden Lagerbestände ergänzt und die Nachfrage zog wieder an.

Das Geschäftsjahr 2010

Vor diesem Hintergrund blicken wir auf einen sehr erfreulichen Geschäftsverlauf zurück. Auftragseingang und Umsatz zeigten im Geschäftsjahr 2010 eine klare Aufwärtstendenz. Der Umsatz stieg auf vergleichbarer Basis, also ohne das im Vorjahr veräußerte Geschäft mit den technischen Kunststoffen, um 5,6 Prozent auf 1.025 Mio. Euro. Unsere operative Ergebnismarge verbesserte sich von 19,2 auf 20 Prozent. Aber auch unter dem Strich haben wir entschieden mehr verdient. Das Konzernergebnis verbesserte um mehr als das 6-fache von 7 Mio. Euro auf 47 Mio. Euro. Das Ergebnis je Aktie verbesserte sich demzufolge gleichfalls weit überproportional auf 1,38 Euro nach 18 Eurocent im Geschäftsjahr 2010. Ich freue mich, Ihnen mitteilen zu können, dass wir damit alle Zielvorgaben des Geschäftsjahres 2010 vollumfänglich erreicht haben.

Umsatz nach Regionen

Meine Damen und Herren, die Regionen Europa und Amerika sind für uns weiterhin die wichtigsten Zielmärkte. Die sogenannten Schwellenländer gewinnen jedoch zunehmend an Bedeutung, allen voran China. Den größten Teil unseres Umsatzes machen wir jedoch weiterhin mit der europäischen und nordamerikanischen Pharmaindustrie und das wird auch noch länger so bleiben. In Europa erwirtschafteten wir 63 Prozent des Konzernumsatzes, in Amerika lag der Anteil bei 30 Prozent. Amerika ist aufgrund der Präsenz sehr vieler weltweit operierender Pharmaunternehmen und des Bevölkerungspotenzials unverändert unser zweitwichtigster Markt. Der Umsatz in den sonstigen Regionen trug mit 7 Prozent zum Gesamtumsatz des Konzerns bei. Der

größte Anteil hiervon entfällt auf China, wo die Wachstumsdynamik auch im Geschäftsjahr 2010 weiter sehr hoch war.

Umsatz nach Marktsegmenten

Meine Damen und Herren, fast noch wichtiger als die regionale Aufteilung unseres Umsatzes ist für uns die Analyse des Umsatzes nach Marktsegmenten. Damit meine ich: Für uns ist insbesondere der Umsatz entscheidend, den wir in unserem Kernmarkt Pharma und Healthcare erzielen. Hier konnten wir erheblich hinzugewinnen. Danach beträgt der Umsatz mit der Pharma- und Healthcare-Industrie jetzt 82 Prozent des Gesamtumsatzes. Die Kosmetikumsätze belaufen sich auf einen Anteil von 12 Prozent und lediglich 6 Prozent entfallen auf das sonstige Geschäft.

Der steigende Umsatzanteil im Bereich Pharma und Healthcare ist letztlich der Erfolg unserer klaren Fokussierung auf diesen Markt. Dazu beigetragen hat auch der Verkauf des Geschäfts mit den technischen Kunststoffen, das eindeutig nicht zu unserem Kerngeschäft gehörte.

Operative Erfolge 2010

Doch was war operativ entscheidend im vergangenen Geschäftsjahr?

Was unsere Fortschritte angeht, so möchte ich Ihre Aufmerksamkeit ganz klar auf das Thema internationale Expansion lenken. Hier sind mir drei Punkte wichtig:

- 1. Wir haben unser Geschäft in den Schwellenländern ausgebaut:** Insbesondere in Brasilien, Indien, China und Russland wollen wir hinzugewinnen. Dazu haben wir im vergangenen Geschäftsjahr Repräsentanzen in Russland und Indien eröffnet, die uns erlauben, unseren Kunden lokal Produkte und Service anzubieten. Mit wachsendem Geschäft wird die Entscheidung für einen Produktionsstandort in diesen Ländern erforderlich. Insgesamt verfügen wir derzeit über 45 Standorte in Europa, Nord- und Südamerika sowie in Asien. Darunter sind bereits sieben Werke in China und fünf in Südamerika.
- 2. Wir haben einen neuen Produktionsstandort für Insulin-Pens in Brasilien etabliert:** Wie ich gerne betone, sind die Systeme zur Darreichung und richtigen Dosierung von Medikamenten für uns ein sehr interessanter und stark wachsender Geschäftszweig. In diesem Zusammenhang haben wir im letzten Jahr ein Werk zur Produktion von Insulin-Pens in Brasilien eröffnet. Für unseren Kunden Novo Nordisk fertigen wir an diesem eigens aufgebauten Standort Kompo-

zenten für den sogenannten Flexpen, einen Insulin-Pen, den manche von Ihnen vielleicht kennen. Ein für uns auch von den Materialien her sehr interessantes Produkt, da es aus Glas *und* Kunststoff besteht.

3. China und Mexiko sind zentral für unsere Laborglasproduktion:

Typischerweise produzieren wir dort, wo unsere Kunden sind. Das ist gut so und es gibt viele gute Gründe dafür. Doch was unsere Laborglasprodukte angeht, spielen andere Kriterien eine Rolle, und das sind in diesem sehr arbeitsintensiven Produktionsprozess die Arbeitskosten. So haben wir im letzten Jahr erfolgreich einen Standort von den USA nach China und Mexiko verlagert. Dort produzieren wir jetzt zu erheblich reduzierten Kosten mit dem Erfolg steigender Margen.

Meine Damen und Herren, dies sind drei Beispiele aus dem vergangenen Geschäftsjahr, anhand derer ich Ihnen die wachsende Internationalisierung unseres Unternehmens vor Augen führen möchte. Zu unserem Wachstum in den Schwellenländern habe ich eine klare Vorgabe formuliert:

Von derzeit 100 Mio. Euro soll unser Umsatz in den Schwellenländern bis Ende 2013 auf 200 Mio. Euro anwachsen. Und zwar organisch wie auch durch Zukäufe, beispielsweise von kleineren, meist im Familienbesitz befindlichen Unternehmen. Unserem Ziel, der Verdoppelung des Umsatzes in diesen Regionen, sind wir nun deutlich näher gekommen: Denn mit dem brasilianischen Unternehmen Vedat, das wir vor rund drei Wochen gekauft haben, können wir unseren Umsatz in Südamerika verdoppeln.

Vedat ist ein führendes Unternehmen im Bereich pharmazeutischer Kunststoffverpackungen. Hergestellt werden unter anderem Verschlüsse aus Kunststoff, PET-Fläschchen und andere Kunststoffverpackungen. Durch den Zukauf konnten wir unsere eigene Produktpalette hervorragend ergänzen und unseren Einfluss im südamerikanischen Markt für Pharmaverpackungen deutlich ausbauen.

Auch künftig werden wir versuchen, unsere Marktstellung durch Zukäufe dieser Art wie auch durch Wachstum aus bestehenden Werken heraus zu verbessern. Interessante Regionen sind vor allem die Schwellenländer, wenn es um unsere Geschäftsbereiche Röhrenglas und Kunststoffe geht. Aber auch Nordamerika ist für uns bei der Expansion unseres Kunststoffgeschäfts aufgrund der Marktgröße sehr wichtig.

Finanzielle Stabilität

Meine Damen und Herren, ich möchte Ihnen nun Einblick in unsere Finanzzahlen geben. Dazu beginne ich mit den Investitionen.

Im vergangenen Jahr haben wir uns auf einige Wachstumsprojekte konzentriert. Alle weiteren Investitionsvorhaben wurden einer genauen Prüfung unterzogen, so dass wir in Summe im gesamten Geschäftsjahr 73 Mio. Euro investiert haben. Regionaler Investitionsschwerpunkt war mit rund 35 Mio. Euro oder 47 Prozent der Investitionen neuerlich Deutschland. Ein klares Bekenntnis zum Standort, wenn man die Information hinzuzieht, dass wir hier 23 Prozent des Umsatzes erzielen. Auch im laufenden Geschäftsjahr werden wir kräftig in Deutschland investieren. Beispielsweise werden wir an unserem Standort in Bünde, Westfalen, eine weitere Produktionsanlage für unsere vorfüllbaren Spritzen errichten. Diese vierte Anlage hat ein Investitionsvolumen von rund 20 Mio. Euro und soll Ende nächsten Jahres bereits in Betrieb gehen.

Für die nachhaltig positive Geschäftsentwicklung ist die finanzielle Stabilität des Unternehmens unabdingbar. Dazu haben wir gute Nachrichten: Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben wir unsere Finanz- und Liquiditätslage weiter verbessern können. So stieg die Eigenkapitalquote von rund 36 Prozent im Vorjahr auf jetzt 39 Prozent. Den freien Cash Flow haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr zur Rückzahlung der Finanzverbindlichkeiten verwendet. In der Folge konnten wir unsere Nettofinanzschulden um rund 60 Mio. auf 311 Mio. Euro zum Ende des Geschäftsjahres 2010 senken. Das Verhältnis von Nettofinanzschulden zum operativen Ergebnis verbesserte sich dadurch auf 1,5. Eine Entwicklung, die auch von den führenden Ratingagenturen, Standard & Poor's und Moody's honoriert wurde. Die verbesserte Bonität unseres Unternehmens wurde zuletzt von Standard & Poor's mit dem Investment Grade Rating BBB- ausgezeichnet. Auch Moody's hat der verbesserten Kreditwürdigkeit unseres Unternehmens Ausdruck verliehen und das Rating von Ba2 auf Ba1 angehoben. Die Beurteilung der Gerresheimer Gruppe ist damit weit besser als im Vorjahr.

Dividende

Sehr geehrte Damen, meine Herren, wie Sie der Tagesordnung längst entnommen haben, haben Vorstand und Aufsichtsrat der Gerresheimer AG beschlossen, auf Basis der guten Entwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr die Dividendenzahlung wieder aufzunehmen. Wir schlagen der Hauptversammlung vor, für das Geschäftsjahr 2010 eine Dividende in Höhe von 50 Cent je Aktie auszuschütten. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 26 Prozent des bereinigten Nettoergeb-

nisses und liegt damit innerhalb der von uns grundsätzlich angestrebten Ausschüttungsquote von 20 bis 30 Prozent. Ich möchte Sie darauf hinweisen, dass die Dividende für in Deutschland ansässige Aktionäre steuerfrei ausbezahlt wird. Auch in den Folgejahren möchten wir - abhängig vom Unternehmenserfolg – eine Dividende ausschütten, um Sie auch auf diesem Wege an dem wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens zu beteiligen.

Aktienkurs

Meine Damen und Herren, wie die Weltwirtschaft, so überwand auch der Kapitalmarkt im vergangenen Jahr die Finanz- und Wirtschaftskrise. Bessere Rahmenbedingungen infolge positiver Unternehmensdaten trugen erheblich zur Beruhigung der Märkte bei. Der Handel verlief weniger schwankungsvoll als im Vorjahr. Die Gerresheimer Aktie konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr rund 22 Prozent Wertzuwachs verbuchen und notierte zum Ende des Geschäftsjahres bei 28,20 Euro. Von Beginn des Geschäftsjahres bis heute stieg der Kurs sogar um 42 Prozent auf jetzt EUR 32,67. Die Mehrheit der Analysten sieht erhebliches Potenzial für die Aktie. Einige Kursziele liegen schon bei 40 Euro, dem Wert, mit dem die Aktie an die Börse gebracht wurde. Wir werden alles tun, um durch gebührenden operativen Erfolg der Aktienentwicklung Rückenwind zu geben.

Unternehmerische Verantwortung

Meine Damen und Herren, langfristig können Unternehmen nur erfolgreich sein, wenn das Unternehmen, das Management und alle Mitarbeiter bereit sind, Verantwortung zu übernehmen und verbindlich zu handeln. Wir stellen uns dieser Verantwortung jeden Tag. Ganz wesentlich für unser wirtschaftliches Handeln ist es, dies im Einklang mit unserer Umwelt zu tun.

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, ressourcenschonend zu produzieren und Abfälle und Emissionen weitestgehend zu vermeiden. Aus den vielfältigen Projekten und Initiativen an unseren 45 Standorten möchte ich einige wenige nennen.

In unserem Werk im tschechischen Horsovsky Tyn haben wir eine wegweisende Wärmerückgewinnungsanlage in Betrieb genommen, die den CO₂-Ausstoß maßgeblich verringert. Im amerikanischen Millville haben wir für die Behälterglasproduktion eine Schmelzwanne so umgebaut, dass die emittierten Stickoxide um den Faktor vier reduziert werden konnten. Damit setzen wir neue Maßstäbe.

Gerresheimer AG
Benrather Straße 18 - 20
40213 Düsseldorf
Deutschland

Jens Kürten
Director Corporate Communication & Marketing
Telefon +49 211 6181-250
Telefax +49 211 6181-241
E-Mail j.kuerten@gerresheimer.com
Internet www.gerresheimer.com

Oder auch in Essen, wo wir dank einer neuen Druckluftanlage mehr als 3.000 Tonnen CO₂-Emissionen pro Jahr vermeiden. Und so gibt es noch viele Beispiele aus allen unseren Werken. Darüber hinaus beteiligen wir uns inzwischen im dritten Jahr an einer der weltweit größten Umweltinitiativen, dem Carbon Disclosure Project. Hierbei handelt es sich um eine Initiative internationaler Investoren, die weltweit Daten über unternehmensbezogene CO₂-Emissionen erheben und veröffentlichen.

Natürlich bleiben wir dabei nicht stehen. An allen unseren Standorten stellen wir uns unserer Verantwortung immer wieder aufs Neue und arbeiten kontinuierlich an weiteren Verbesserungen.

Q1 2011

Meine Damen und Herren, ich weiß, dass Sie sich nicht nur für die Ergebnisse des letzten Geschäftsjahres interessieren, sondern vor allem wissen möchten, wie wir die aktuelle Geschäftsentwicklung einschätzen.

Dazu möchte ich Ihnen Einblick in die Geschäftszahlen des 1. Quartals 2011 geben, die wir in der vergangenen Woche veröffentlicht haben.

Wie viele von Ihnen beobachtet haben, setzte sich die Konjunkturerholung im 1. Quartal des Geschäftsjahres 2011 fort.

Auch unser Unternehmen ist gut in das 1. Quartal des neuen Geschäftsjahres gestartet. Der Umsatz wuchs um 5,2 Prozent und erreichte rund 237 Mio. Euro. Zu konstanten Wechselkursen entspricht dies einem Umsatzplus von 2,9 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Möglich wurde dieser Zugewinn vor allem durch höhere Umsätze, die wir mit Pharmaprodukten aus Glas und Kunststoff erzielt haben, aber auch durch die gestiegenen Umsätze mit unseren Systemlösungen zur sicheren Applikation und Dosierung von Medikamenten. Positiv entwickelten sich gleichfalls die Erlöse unserer Kosmetikprodukte, wie zum Beispiel mit Parfümflakons oder Cremetiegeln. Der höhere Umsatz führte zu einer sehr guten Kapazitätsauslastung unserer Werke. Lediglich bei den vorfüllbaren Spritzensystemen gab es erwartungsgemäß schwächere Umsätze. Dort werden wir aber im Laufe des Jahres wieder zulegen.

Das operative Ergebnis („Adjusted EBITDA“) erzielte mit rund 42 Mio. Euro einen Zugewinn von 9 Prozent. Entsprechend stieg die Marge von 17 Prozent auf 17,7 Prozent. Das Ergebnis je Aktie verbesserte sich noch deutlicher und erreichte 20 Eurocent nach 6 Eurocent im 1. Quartal 2010.

Ausblick

Damit komme ich nun zum Ausblick.

Meine Damen und Herren, die Aussichten für die Entwicklung der Weltwirtschaft sind weiterhin von gewissen Unsicherheiten geprägt. Wir gehen jedoch davon aus, dass die grundsätzliche konjunkturelle Erholung anhält. Dabei werden sich die Märkte in den Schwellenländern besser entwickeln als die etablierten Märkte. Wir sehen daher klare Wachstumschancen infolge des Ausbaus der medizinischen Versorgung in den Schwellenländern. Auf Basis der weiteren regionalen Ausweitung und Produktdiversifizierung unseres Geschäftes, der weiteren Einbeziehung des Generikageschäftes sowie unserer Positionierung als Partner für die Pharmaindustrie sehen wir im Bereich Pharma für unser Unternehmen weiteres Wachstumspotenzial.

Die Marktentwicklung im Bereich Kosmetik ist unter den genannten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen gleichfalls von eher positiven Tendenzen geprägt. So rechnen wir damit, unseren Umsatz mit Kosmetikprodukten ausbauen zu können, auch wenn wir dabei nicht von dem Rückenwind profitieren werden, den uns der Lageraufbau unserer Kunden im letzten Jahr bescherte. Im Bereich Laborglas gehen wir von einer weiteren Nachfragebelebung aus. Impulse aus dem Wiederaufbau der Lagerbestände erwarten wir hier jedoch auch nicht.

Für den Gerresheimer Konzern insgesamt, d.h. unter Einbeziehung der Akquisition Vedat, erwarten wir für das Geschäftsjahr 2011 ein Umsatzwachstum von sechs bis sieben Prozent zu konstanten Wechselkursen sowie eine Adjusted EBITDA-Marge von etwa 20 Prozent. Das Investitionsvolumen wird im Geschäftsjahr 2011 rund 80 Mio. Euro betragen.

Die Zielrichtung aller Aktivitäten ist die weitere Fokussierung auf die Pharma- und Healthcare-Industrie. Dabei werden neben dem organischen Wachstum, das wir aus dem operativen Cash Flow finanzieren, Akquisitionen nach sorgfältiger Prüfung von Chancen und Risiken auch zukünftig eine wichtige Rolle spielen.

Mitarbeiter

Voraussetzung für unseren Erfolg ist aber der Beitrag eines jeden Einzelnen, der in unserem Konzern tätig ist. Der Chef ist nichts ohne sein Team. Daher sind es vor allem unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die mit ihrem Wissen, aber auch mit ihrem Erfolgswillen und ihrer Eigeninitiative unseren Erfolg ausmachen. Dafür möchte ich allen unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auch im Namen meiner Vorstandskollegen herzlich danken.

Gerresheimer AG
Benrather Straße 18 - 20
40213 Düsseldorf
Deutschland

Jens Kürten
Director Corporate Communication & Marketing
Telefon +49 211 6181-250
Telefax +49 211 6181-241
E-Mail j.kuerten@gerresheimer.com
Internet www.gerresheimer.com

Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir unser Miteinander auf besondere Weise zu würdigen begonnen. Wir haben gemeinsam eine Vision, also einen Idealzustand für unser Unternehmen formuliert und wir haben den Weg dorthin beschrieben. Eigens formulierte Unternehmenswerte, auf deren Einhaltung wir uns weltweit verständigt haben, geben uns dafür das erforderliche Fundament. Ich bin sehr stolz auf diese Entwicklung und werde sie nach Kräften unterstützen. Über Fortschritte bei der Zielerreichung werde ich sie selbstverständlich unterrichten.

Abschluss

2011 wird für uns sicherlich ein gutes Jahr. Mit unserem einzigartigen Produktportfolio, unserem globalen Marktauftritt und unserer soliden Finanzierung verfügen wir über eine starke Basis. Langjährige Erfahrung, strategisches Geschick und ein Vermögen an Ideen weiß ich hinter mir, wenn ich wie eingangs sage: Ich bin der klaren Überzeugung, dass dieses Unternehmen noch deutlich mehr Erfolg haben kann und wird. Vor allem international. Wir wollen in unseren Märkten eines der weltweit führenden Unternehmen werden. Und ich sage es noch genauer: Wir wollen *der* führende globale Partner für Lösungen werden, die zur Verbesserung von Gesundheit und Wohlbefinden beitragen. Dafür werden wir uns auch im laufenden Geschäftsjahr mit ganzer Kraft einsetzen.

Meine sehr geehrten Damen, meine Herren, für das Vertrauen, das Sie uns im vergangenen Jahr entgegen gebracht haben, möchte ich Ihnen allen danken. Wir werden alles tun, um dieses Vertrauen auch in Zukunft zu rechtfertigen.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.

Kontakt Presse

Jens Kürten
Director Corporate Communication & Marketing
Telefon +49 211 6181-250
Telefax +49 211 6181-241
E-Mail j.kuerten@gerresheimer.com

Kontakt Investor Relations

Anke Linnartz
Director Corporate Investor Relations
Telefon +49 211 6181-314
Telefax +49 211 6181-121
E-Mail a.linnartz@gerresheimer.com