

Ausführungen

von

Uwe Röhrhoff

Vorsitzender des Vorstands
der Gerresheimer AG

anlässlich der

ordentlichen Hauptversammlung

am 30. April 2015

um 10.00 Uhr

im CCD Ost Düsseldorf

(Congress Center Düsseldorf)

- Es gilt das gesprochene Wort -

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

ich möchte Sie - auch im Namen meiner Vorstandskollegen - zur ordentlichen Hauptversammlung der Gerresheimer AG hier im Congress Center Düsseldorf herzlich begrüßen und danke Ihnen für Ihr Kommen.

2014 war ein besonderes Jahr für die Gerresheimer AG. Denn 1864, also vor 150 Jahren, wurde unser ehemaliges Stammwerk von Ferdinand Heye in Düsseldorf Gerresheim gegründet. Ihm verdanken wir bis heute die Leidenschaft zur Glasherstellung.

Seitdem hat sich viel verändert. Wir sind inzwischen einer der führenden Partner der Pharma- und Healthcare-Branche. Wir haben Werke und Kunden rund um den Globus und nutzen bei weitem nicht mehr nur Glas, sondern auch Kunststoff für die Herstellung unserer Verpackungen für die Pharmaindustrie.

Unser Produktionsvolumen steigt Jahr für Jahr. Längst sind es nicht mehr Millionen von Produkten, sondern rund 14 Milliarden, die wir jährlich herstellen. Wenn Sie dies umrechnen, produzieren wir jede Sekunde 444 Stück. Und es kommt immer auf jedes einzelne Produkt an, denn jede Verpackung dient dem Wohl eines Patienten. Unsere Produktion unterliegt daher strengsten Auflagen der pharmazeutischen Behörden, die alle dem Schutz der Patienten dienen.

Der Grund dafür liegt darin, dass der Wirkstoff mit unserer Glas- oder Kunststoffverpackung unmittelbar in Berührung kommt. Für uns heißt dies, die Qualitätsstandards unserer Produktion immer weiter zu steigern. Ein Großteil unserer Investitionen geht daher in unsere Produktionstechnologien und Qualitätssysteme. Denn nur, wenn wir weltweit einheitliche Standards vorsehen, können wir unsere Kunden rund um den Globus mit gleich hoher Qualität beliefern.

Und genau das ist es, was wir tatsächlich tun: Wir beliefern Kunden rund um den Globus. Denn die Nachfrage nach Arzneimitteln und nach Verpackungen wächst weltweit und zwar unabhängig von politischen oder wirtschaftlichen Ereignissen. Der Bedarf an Medikamenten wird von großen Trends getragen, wie etwa dem Wachstum der Weltbevölkerung oder auch der steigenden Lebenserwartung. Möglich wird dies unter anderem durch eine gute medizinische Versorgung, die für uns höhere Absatzmengen bedeutet. Es sind sechs Megatrends, die für uns günstige Rahmenbedingungen abgeben.

1. Wir profitieren davon, dass immer mehr Medikamente, sogenannte Nachahmer-Präparate, zu erschwinglichen Preisen erhältlich sind. Dadurch steigt die Nachfrage nach unseren Produkten.
2. Für uns ist es positiv, dass die medizinische Versorgung in den Schwellenländern immer besser wird. Immer mehr Menschen weltweit können sich medizinisch versorgen lassen. Das steigert den Absatz unserer Produkte. Denn für uns ist nicht der Preis eines Medikaments von Bedeutung. Uns interessiert, wie viel Stück oder wie viele Einheiten von dem Medikament verkauft werden. Denn jedes Medikament – wo auch immer es in der Welt eingesetzt wird - muss verpackt werden.
3. Die Auflagen der Gesundheitsbehörden steigen und mit ihnen die Qualitätsanforderungen an unsere Produkte. Höhere Anforderungen sind aber für uns durchaus förderlich. Das klingt zunächst paradox, ist es aber nicht. Weitere Auflagen stärken unsere Marktstellung, weil wir Spezialisten sind für qualitativ hochwertige pharmazeutische Verpackungen. Gleichzeitig bedeuten marktseitig hohe Auflagen auch hohe Eintrittsbarrieren für neue Unternehmen.
4. Für uns sind neue Medikamente eine spannende Aufgabe. Komplexe Moleküle brauchen eine spezielle Verpackung. Neue Werkstoffe - wie etwa Hochleistungskunststoffe - oder Glas mit ganz besonderen Eigenschaften bieten dafür eine Lösung. Zum Beispiel, weil sie chemisch gesehen stabiler oder einfach weil sie bruchstabil sind.
5. Wir verkaufen immer mehr unserer Produkte, weil die Zahl der akuten und chronischen Krankheiten, wie beispielsweise Asthma und Diabetes, weltweit stetig zunimmt.
6. Zu guter Letzt: Wir profitieren davon, dass immer mehr Patienten sich selbst mit Medikamenten versorgen möchten. Hierzu sind Produkte nötig, mit denen sich ein Wirkstoff verabreichen lässt, und zwar schnell und zuverlässig.

Unsere Strategie haben wir auf diese Trends hin ausgerichtet. Neben den typischen Entwicklungen zur Steigerung von Qualität und Senkung der Kosten wollen wir mit unseren Primärverpackungen vor allem in den Schwellenländern wachsen. Mit den komplexeren Verpackungen, die auch die Dosierung und Verabreichung des Wirkstoffs erlauben, wollen wir besonders in den Industrieländern Umsatzsteigerungen erzielen. Darüber hinaus sind wir immer interessiert, innovative Lösungen in

unser Produktportfolio aufzunehmen, um für neue Wirkstoffe die beste Verpackung anbieten zu können.

Geschäftsjahr 2014

Auch im letzten Geschäftsjahr hatten wir damit Erfolg. Der Umsatz stieg um 1,9 Prozent, währungsbereinigt um 3,7 Prozent. In unserer Prognose sind wir zuletzt von rund 4 Prozent Umsatzwachstum ausgegangen, so dass sich unsere Erwartung erfüllt hat.

Auch im Geschäftsjahr 2014 war der Bereich Plastics & Devices der größte Wachstumstreiber, mit einem Zuwachs von rund 10 Prozent. Darin enthalten sind gute Umsätze mit Produkten wie Insulin-Pens, Asthma-Inhalatoren und standardisierte Kunststoffverpackungen für Medikamente.

Im Geschäftsbereich Primary Packaging Glass sind die Umsätze aufgrund einer Marktschwäche in den USA um 2,1 Prozent zurück gegangen.

In unserem dritten und gleichzeitig kleinsten Geschäftsbereich für Laborglasprodukte konnten wir ein Plus von 1,7 Prozent verzeichnen.

Unsere wichtigste Steuerungsgröße im Konzern, das bereinigte operative Ergebnis, kann sich ebenfalls sehen lassen. Unsere Zielvorgabe waren 255 bis 258 Millionen Euro, schlussendlich waren es 258,5 Millionen Euro. Das Konzernergebnis erhöhte sich leicht auf 72,9 Millionen Euro im Geschäftsjahr, das Ergebnis je Aktie erreichte 2 Euro und 11 Cent.

Im letzten Jahr haben wir stark investiert, und zwar in Höhe von 126,6 Millionen Euro. Das sind 9,8 Prozent unseres Umsatzes. Auch hier liegen wir im Rahmen unserer Prognose von 9 bis 10 Prozent. Ich freue mich sagen zu können, dass wir damit unsere Ziele für das Geschäftsjahr 2014 erreicht haben.

Umsatz nach Regionen

Meine Damen und Herren, wir produzieren weltweit an mehr als 40 Standorten. Europa ist dabei für uns weiterhin der wichtigste Wirtschaftsraum. Hier erzielten wir 60 Prozent des Konzernumsatzes. Auf Nordamerika entfielen 20 Prozent unseres Geschäfts. Die Schwellenländer sind aufgrund der Bevölkerungsdichte und einer immer besseren medizinischen Versorgung für uns weiter sehr interessant. Hier erwirtschafteten wir 17 Prozent unseres Umsatzes.

Mitarbeiter

Der Erfolg des vergangenen Geschäftsjahres ist natürlich nur möglich, weil wir eine tolle Mannschaft haben. Daher möchte ich mich an dieser Stelle - auch im Namen meiner Vorstandskollegen - für die sehr gute Zusammenarbeit bei all unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bedanken und ich vermute, dass ich den Dank an weltweit rund 11.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter heute auch in Ihrem Namen aussprechen darf.

Aktienkurs

Und damit, meine sehr verehrten Damen, meine Herren, komme ich zu unserem Aktienkurs. Im ersten Halbjahr 2014 schwankte der Kurs in der Bandbreite zwischen 45 und 53 Euro. Ab Juli 2014 ging die Aktie in eine Aufwärtsbewegung über und stieg auf 56 Euro und 42 Cent. Dieses Niveau konnte der Kurs jedoch bis zum Ende des Geschäftsjahres nicht halten. Im Oktober sank der Kurs deutlich und schloss das Geschäftsjahr mit einem Kurs von 44 Euro und 44 Cent ab. Damit tendierte die Aktie im Jahresvergleich um gut 10 Prozent leichter. Seitdem hat sich der Kurs wieder deutlich erholt und erreichte am 14. April 2015 mit 57 Euro und 20 Cent sein Allzeithoch. Aktuell notiert die Aktie zwischen 50 und 53 Euro.

Wir werden auch weiterhin alles tun, um der Kursentwicklung auf der Basis unseres geschäftlichen Erfolges Rückenwind zu geben. Dafür gibt es unverändert gute Voraussetzungen: Wir sind bestens im Markt positioniert und können auf Megatrends bauen, die unser Geschäft langfristig unterstützen. Darauf basiert unsere Strategie, als Partner der Pharmaindustrie in Nischenmärkten profitabel zu wachsen.

An diesem Erfolg sollen Sie als unsere Aktionäre teilhaben und so haben wir im Vorstand gemeinsam mit dem Aufsichtsrat die Entscheidung getroffen, die Dividende erneut zu erhöhen.

Wir schlagen daher heute gemeinsam mit dem Aufsichtsrat vor, für das Geschäftsjahr 2014 eine Dividende in Höhe von 75 Eurocent je Aktie auszuschütten. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 26 Prozent des bereinigten Konzernergebnisses nach Minderheiten. Die Dividende steigt demzufolge um 7,1 Prozent und damit stärker als der Umsatz und das Konzernergebnis. Ich würde mich freuen, wenn dieser Vorschlag Ihre Zustimmung findet. Denn wir möchten damit ausdrücken, dass wir von unserem Unternehmen überzeugt sind – und zwar nicht nur heute, sondern vor allem, was die zukünftige wirtschaftliche Entwicklung angeht.

Investitionen

Meine Damen und Herren,

im letzten Geschäftsjahr haben wir weltweit vor allem in Infrastruktur investiert, denn wir brauchen einfach mehr Produktionsfläche und Reiräume für die Produktion neuer Produkte. Darüber hinaus brauchen wir mehr Platz, um bestehende Produkte mengenmäßig auszubauen. Dazu erweitern wir derzeit innerhalb unseres Geschäftsbereichs Plastics und Devices die Produktionskapazitäten an unserem tschechischen Standort in Horsovsky Tyn.

In den USA verdoppeln wir unsere Produktionskapazitäten in unserem Werk in Peachtree City auf der Grundlage eines großen Inhalatoren-Auftrags.

Im Geschäftsbereich Primary Packaging Glass haben wir im letzten Jahr begonnen, ein neues Werk in Indien zu bauen. Gleich neben dem Unternehmen, das wir vor drei Jahren in Indien gekauft haben, entsteht in diesen Monaten unser erster Produktionsbetrieb für Injektionsfläschchen und Ampullen. Dieses Werk wird unser drittes Werk in Indien! Die Nachfrage in Indien wächst stark und sie wird vor allem von Kunden getrieben, die Nachahmerpräparate herstellen. Diese Kunden können wir schon im nächsten Jahr regional bedienen. Ein unschätzbare Vorteil, was Kosten und Logistik angeht.

Und noch eine Initiative möchte ich Ihnen vorstellen, die wir im letzten Jahr begonnen haben. Wir modernisieren und vereinheitlichen weltweit unseren Maschinenpark für die Herstellung von Injektionsfläschchen und Ampullen. Das reduziert die Komplexität und spart Zeit und Geld. Neben diesen Neuerungen haben wir auch im letzten Jahr turnusmäßige Generalüberholungen von Schmelzwannen durchgeführt, um unsere Anlagen in Stand zu halten.

Regional gesehen lagen die Investitionen in Sachanlagen in Europa mit etwa 53 Prozent auf Platz eins, davon entfielen auf Deutschland etwa 23 Prozent, gefolgt von Amerika mit knapp 25 Prozent, und den Schwellenländern mit 22 Prozent.

Finanzielle Stabilität

Die Vermögenslage ist unverändert sehr solide. Das Verhältnis der verzinslichen Nettofinanzschulden zum Adjusted EBITDA lag mit Ende unseres Geschäftsjahres 2014 wie im Vorjahr bei 1,7. Die Eigenkapitalquote stieg im Vergleich dieser Stichtage von 34,9 Prozent auf 36,5 Prozent.

Die Bonität unseres Unternehmens wurde zuletzt von Standard & Poor's mit dem Investment Grade Rating BBB- ausgezeichnet. Auch Moody's beurteilt die Kreditwürdigkeit unseres Unternehmens gleichfalls mit einem Investment Grade Rating und zwar mit Baa3.

Unternehmerische Verantwortung

Meine Damen und Herren,

Mit unseren Produkten leisten wir einen wichtigen Beitrag zu Gesundheit und Wohlbefinden der Menschen. Für jedes unserer Produkte stehen wir in der Verantwortung gegenüber unseren Kunden, aber eigentlich gegenüber den Patienten. Verantwortung ist daher auch einer unserer Unternehmenswerte. Unternehmerische Verantwortung bedeutet für uns auch, dass wir uns für den Schutz der Umwelt einsetzen. Deswegen engagieren wir uns nun schon seit sieben Jahren für eine umweltgerechte Produktion im Rahmen des Carbon Disclosure Project. Dabei handelt es sich um die weltweit größte Umweltinitiative zur Reduktion von CO₂-Emissionen.

Wir erheben, analysieren und managen unsere CO₂-Emissionen an allen Produktionsstandorten und berichten jährlich sowohl über deren Zusammensetzung und Entwicklung als auch über die verschiedensten Maßnahmen zu deren Reduzierung. Ziel unserer Umweltstrategie ist es, das Verhältnis von Emissionen zu Umsätzen zu reduzieren. Wir haben diese Zielvorgabe im Geschäftsjahr 2013 zum wiederholten Male erreicht: Das Verhältnis der Emissionen zum Umsatz sank um 4,7 Prozent. Damit haben wir die stärkste prozentuale Verbesserung erzielt, seit wir an diesem Projekt teilnehmen. Ich hoffe, dass das auch für Sie gute Nachrichten sind.

Q1 2015

Meine Damen und Herren, das erste Quartal dieses Geschäftsjahres liegt schon wieder hinter uns und es ist so verlaufen, wie wir es erwartet hatten. Der Umsatz erreichte 301,8 Millionen Euro. Das ist ein Plus von 1,4 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal.

Ohne Währungseffekte – die zuletzt durch den stärkeren Dollar für uns günstig waren – ergibt sich ein Minus von 2,4 Prozent. Diese Entwicklung hatten wir erwartet. Zum einen, weil unser erstes Quartal saisonal bedingt sehr häufig das schwächste Quartal ist. Das liegt u.a. an den Feiertagen rund um Weihnachten. Zum anderen hatten wir uns darauf vorbereitet, dass unser Geschäft mit Pharmaflaschen, Injektionsfläschchen und Ampullen insbesondere in den USA recht schwach sein

würde. Entsprechend haben wir in unseren amerikanischen Werken die Werksferien zum Jahreswechsel verlängert. Desweiteren kam uns zugute, dass wir schon Ende letzten Jahres in den USA einen Glas-schmelzofen stillgelegt hatten, dessen Produkte unsere Umsatz- und Gewinnerwartungen nicht mehr erfüllt haben.

Unser Geschäft mit komplexen Produkten wie z.B. mit Asthma-Inhalatoren entwickelt sich ausgezeichnet. Auch die standardisierten Kunststoffverpackungen für flüssige Medikamente und Tabletten haben sich gut verkauft. Unser kleinster Bereich, die Herstellung von Labor-glas, hat beim Umsatz unter der schwachen Nachfrage in Nordamerika gelitten.

Eine positive Entwicklung zeigt sich beim Gewinn, den wir deutlich steigern konnten. Das operative Ergebnis, also das Adjusted EBITDA, hat mit einem Zuwachs von 7,2 Prozent im ersten Quartal 2015 deutlich hinzugewonnen und betrug 51,0 Millionen Euro. Die Gewinnmarge lag bei 16,9 Prozent. Eine für das erste Quartal sehr gute Marge, die wir unseren Maßnahmen zur Anpassung unserer Kosten verdanken. Ein Jahr zuvor lag die Marge noch bei 16,0 Prozent.

Das Konzernergebnis nach Steuern betrug 12,7 Millionen Euro, das sind 22,8 Prozent mehr als im ersten Quartal des vergangenen Jahres. Entsprechend profitierte auch das Ergebnis je Aktie. Hier konnten wir eine Steigerung um 20,7 Prozent auf jetzt 35 Eurocent verbuchen.

In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres haben wir Investitionen in Höhe von 13,9 Millionen Euro getätigt. Wir arbeiten seit letztem Jahr, wie schon berichtet, an wichtigen Wachstumsprojekten, die auch 2015 den größten Teil der Investitionen ausmachen.

Die Vermögenslage ist unverändert sehr solide. Das Verhältnis der verzinslichen Nettofinanzschulden zum Adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate lag am 28. Februar 2015 unverändert bei 1,7.

Die Eigenkapitalquote lag zum Ende des ersten Quartals 2015 bei 36,8 Prozent und damit sogar etwas höher als zum 28. Februar 2014.

Ausblick

Damit komme ich zum Ausblick. Wir haben im Oktober unseren Ausblick für das Geschäftsjahr 2015 bekanntgegeben und rechnen seither unverändert mit einem etwas schwächeren organischen Umsatz-wachstum von ein bis drei Prozent für das laufende Geschäftsjahr. Für die Jahre 2016 bis 2018 gehen wir von einem höheren organischen Umsatzwachstum in der Größenordnung von vier bis sechs Prozent aus.

Unsere Wachstums- wie auch unsere Ergebniserwartungen formulieren wir dabei grundsätzlich zu konstanten Wechselkursen.

Beim Ergebnis streben wir in diesem Jahr ein Adjusted EBITDA von 255 bis 265 Millionen Euro an. Bis 2018 soll die EBITDA-Marge einen Wert von 21 Prozent erreichen. Und wir wollen unverändert in Wachstumsprojekte investieren und gehen – in diesem wie auch in den folgenden Jahren – von Investitionen in Höhe von 9 bis 10 Prozent des Umsatzes aus.

Abschluss

Lassen Sie mich nun zusammenfassen: Für die nächsten Jahre sind wir gut aufgestellt. Wir haben klare Schritte definiert, mit denen wir auch in Zukunft erfolgreich sein wollen. Dazu gehören die Kapazitätserweiterung verschiedener Standorte sowie die weitere Standardisierung unserer Produktionstechnologie, mit der wir in Teilen bereits im vergangenen Geschäftsjahr begonnen haben. Mit Blick auf das laufende Geschäftsjahr gehen wir unverändert davon aus, dass die organischen Umsatzzuwächse etwas weniger dynamisch sein werden, als in den kommenden Jahren.

Wir nutzen längst nicht mehr nur Glas, sondern auch Kunststoff für die Herstellung unserer pharmazeutischen Verpackungen. So sind wir in der Lage, unseren Kunden unabhängig vom Material die optimale Verpackungslösung anbieten zu können.

Wir wollen unsere gute Marktstellung regional erweitern, mit bestehenden und neuen Produkten weiter wachsen und unsere Wettbewerbsposition weiter ausbauen. Unsere gute finanzielle Basis und sehr solide Finanzierung stärken uns auf diesem Weg.

Meine Damen, meine Herren, bevor ich nun zum Abschluss meiner Ausführungen komme, möchte ich unserem langjährigen Vorsitzenden des Aufsichtsrates, Herrn Gerhard Schulze, im Namen des gesamten Vorstandes ganz herzlich für sein außerordentliches Engagement, seine Gewissenhaftigkeit und seinen unermüdlichen Einsatz für die Gerresheimer AG danken. Herr Schulze hat sich mehr als 47 Jahre in verschiedenen Positionen immer für die Belange des Unternehmens verwendet. Daher liegt es klar auf der Hand, dass wer - wenn nicht Herr Schulze – intern den Namen „Mr. Gerresheimer“ trägt.

In diesem Sinne danke ich Ihnen, Herr Schulze, für viele schöne gemeinsame Jahre, in denen sich die Gerresheimer AG dank Ihres Zutuns erheblich weiter entwickelt hat. Der Tradition verbunden, doch mit neuen Kompetenzen ausgestattet, sind wir inzwischen weltweit mit

Gerresheimer AG
Klaus-Bungert-Straße 4
40468 Düsseldorf
Deutschland

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

Leistungen für Kunden im Bereich Pharma und Gesundheit im Einsatz.
Daher nochmals: Vielen Dank, alles Gute - auch im Namen unserer hier
anwesenden Aktionärinnen und Aktionäre!

Abschließend möchte ich mich - auch im Namen meiner Vorstands-
kollegen - bei unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, unseren
Geschäftspartnern, unserem Aufsichtsrat sowie bei unseren Betriebs-
räten für die vertrauensvolle Zusammenarbeit bedanken.

Meine Kollegen und ich hoffen, dass Sie mit der Entwicklung Ihres
Investments zufrieden sind und dass Sie unsere Begeisterung für die
Gerresheimer AG teilen.

Wir werden uns auch im laufenden Geschäftsjahr wieder mit aller Kraft
für die Gerresheimer AG und damit auch für Sie einsetzen. Ich bedanke
mich für Ihre Aufmerksamkeit. Meine Kollegen und ich stehen Ihnen
gerne für die Beantwortung Ihrer Fragen zur Verfügung.

Kontakt Presse

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

Kontakt Investor Relations & Creditor Relations

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