

Ausführungen

von

Uwe Röhrhoff

Vorsitzender des Vorstands

der Gerresheimer AG

anlässlich der

ordentlichen Hauptversammlung

am 26. April 2017

um 10.00 Uhr

im CCD Ost Düsseldorf

(Congress Center Düsseldorf)

- Es gilt das gesprochene Wort -

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

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
ordenlichen Hauptversammlung der Gerresheimer AG hier im Congress
Center Düsseldorf herzlich begrüßen und danke Ihnen für Ihr Kommen.

Gerresheimer hat sich seit der letzten Hauptversammlung weiter ent-
wickelt. Wir haben uns stärker auf unser Kerngeschäft fokussiert und
sind damit unserer Vision ein gutes Stück nähergekommen: der
führende globale Partner für Lösungen zu werden, die zur Verbesserung
von Gesundheit und Wohlbefinden beitragen.

Wir sind bereits heute in vielen Segmenten Marktführer, so etwa bei
pharmazeutischen Primärverpackungen für zu spritzende Medikamente
– sogenannte Parenteralia. In Europa sind wir führend bei medizinischen
Systemen wie Insulin-Pens und Asthma-Inhalatoren. In den USA sind
wir Nummer-1 Lieferant der Apotheken für Verpackungen für verschrei-
bungspflichtige, oral einzunehmende Medikamente. In Summe haben
wir im letzten Jahr 15,5 Mrd. Produkte hergestellt und verkauft. Weltweit
beliefern wir mehr als 1.500 Kunden und die zehn größten Pharma-
unternehmen auf der Welt gehören zu unserem Kundenstamm. Wir
produzieren in 14 Ländern, verkaufen in 97 Ländern auf fünf Kontinen-
ten. Wir sind der Anbieter mit dem breitesten Portfolio an qualitativ
hochwertigen Pharmaverpackungen aus Glas und Kunststoff und
Anwendungssystemen wie vorfüllbare Spritzen, Inhalatoren und Insulin-
Pens.

Bei all dem gilt für uns, dass wir immer und zuallererst die Sicherheit des
Patienten in den Vordergrund stellen. Bei jedem einzelnen der 15,5 Mrd.
Produkte. Jeder Mitarbeiter, sei es in der Frühschicht in Essen hier
gleich um die Ecke, in der Spätschicht in Dongguan in China oder in der
Nachtschicht in Morganton in den USA ist sich dieser Verantwortung
bewusst und trägt dazu bei.

Unser Markt ist geprägt von einigen Megatrends, dahinter wiederum
stehen Wachstumstreiber wie Globalisierung und Bevölkerungswachstum. Dazu ein paar Anmerkungen.

Laut dem auf Pharma spezialisierten Marktforschungsunternehmen
Quintiles IMS wird das Volumen an Medikamenten in den nächsten fünf
Jahren um jeweils rund 3% zunehmen. Der größte Anteil des Volumens,
und damit der für uns relevanten Verpackungen, wird von Generika-
medikamenten ausgemacht, also nicht-patent-geschützten Medika-
menten. Gerade in den Schwellenländern spielen Generika die

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

wichtigste Rolle. In den Schwellenländern werden die Gesundheitssysteme immer weiter ausgebaut, sodass mehr Menschen Zugang zu medizinischer Versorgung haben. Dementsprechend liegt das Volumenwachstum in den Schwellenländern mit 4% über dem weltweiten Durchschnittswachstum. In den Schwellenländern decken Generika 91% des Medikamentenvolumens ab.

Chronische Krankheiten nehmen weltweit zu. Quintiles IMS geht davon aus, dass die Ausgaben für Diabetes in den nächsten fünf Jahren um 8 bis 11% pro Jahr wachsen werden. Und für Atemwegs-Erkrankungen wie Asthma werden jährlich 2 bis 5% mehr für Medikamente aufgebracht werden. Ein großer Teil, vor allem der chronischen Krankheiten werden von den Patienten selber medikamentös behandelt, mit steigender Tendenz. So müssen heute Diabetiker selber ihren Blutzuckergehalt bestimmen und entsprechend Insulin verabreichen, nehmen Asthmatiker selbstverständlich selber ihre Medikamente ein, nämlich genau dann wenn diese benötigt werden. Und nach einer Operation muss man sich heute, sobald man das Krankenhaus verlassen hat, oftmals selber die Thrombose-Spritze setzen, die man vorher in der Apotheke auf Rezept abgeholt hat.

Ein weiteres Thema ist die Entwicklung neuer Medikamente: Im Jahr 2016 waren 2240 Medikamente in der zweiten Entwicklungsphase, ein großer Teil davon Spezialpharma und biotechnisch hergestellte Medikamente. Der Anteil der Ausgaben für diese Art von Medikamenten steigt laut Quintiles IMS von 30% heute auf 35% im Jahr 2021 an.

Bei bestehenden wie auch bei neuen Medikamenten sind die Vorschriften der Zulassungs- und Gesundheitsbehörden immer strenger, denn es geht am Ende des Tages um Patientensicherheit. Nicht nur in Europa und den USA steigen die regulatorischen Anforderungen, auch in China und anderen Ländern ist das zu beobachten. Dementsprechend steigen die Anforderungen an die Qualität, Verlässlichkeit und einfache Handhabung der Verpackungen und Produkte zur Verabreichung von Medikamenten.

All diese Megatrends sind langfristig gültig und werden auch in den nächsten Jahren gute Rahmenbedingungen für unsere Strategie des profitablen Wachstums bilden.

Im Jahr 2016 haben wir die konsequente Ausrichtung des Unternehmens auf Pharma, Healthcare und Kosmetik weiter verfolgt. Dazu einige Beispiele aus den zurückliegenden zwölf Monaten.

Zunächst zu dem Verkauf der Laborglassparte. Unser Geschäftsbereich, den wir Life Science Research genannt haben, war ein Joint-Venture 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

ThermoFisher, das wir aus der Zusammenlegung der Geschäfte der beiden Unternehmen 2007 gegründet haben.

Dieses Joint Venture produziert Glasprodukte für Laboratorien vorrangig in Nordamerika. Das Produktportfolio, die Produktionstechnologie, der Markt und die Kunden haben wenig Überschneidungen und Synergien mit unserem Kerngeschäft. Unser Kerngeschäft ist die Herstellung von hochwertigen Primärverpackungen aus Glas und Kunststoff für die Pharmaindustrie und für die Kosmetikindustrie.

Deswegen haben wir diesen Bereich in einem Auktionsprozess letztlich an Duran verkauft. Duran ist ein Unternehmen, das aus der Schott AG entstanden ist und Laborglas vorrangig für den europäischen Markt produziert. Der schuldenfreie Verkaufspreis betrug 131 Mio. USD. Der Verkauf wurde zum 30. Oktober 2016 vollzogen.

Nach dem Verkauf der Glasröhren in 2015 und dem Kauf von Centor ebenfalls in 2015 sind drei wichtige Punkte abgearbeitet. Wir werden jetzt fortfahren, unsere Strategie des profitablen Wachstums umzusetzen. Und zwar weiterhin mit organischem Wachstum mit neuen Produkten und regionalen Erweiterungen ebenso wie mit möglichen Akquisitionen unter anderem in Sachen Technologien zur Medikamentenverpackung und -verabreichung, in den Ausbau unseres Geschäftes in Schwellenländern sowie auch sinnvollen Zukäufen zur Konsolidierung unseres Geschäftes in unseren heutigen Kernmärkten.

Ich habe eben Centor erwähnt. Sie wollen sicher wissen, wie sich diese Akquisition aus 2015 entwickelt hat. Centor ist vollständig in die Gerresheimer Gruppe integriert, entwickelt sich sehr gut und hat alle Erwartungen vollumfänglich erfüllt. Die herausragende Marktstellung in den USA konnte Centor noch weiter ausbauen.

Hervorragende Qualität ist unsere Maxime und Mittelpunkt unserer kontinuierlichen operativen Verbesserung. Wir haben viel Energie in optimierte Produktions- und Inspektionsprozesse gesteckt. Unser Ziel ist die Null-Fehler-Kultur. Da sind wir auf einem guten Weg.

Eine wichtige Grundlage für Produkte in höchster Qualität ist der Einsatz von Reinraumtechnik. In vielen unserer Werke ist das schon seit vielen Jahren Standard. Im zurückliegenden Jahr haben wir insbesondere in Werken in Brasilien, Polen und Indien Reinräume neu gebaut bzw. modernisiert und verbessert.

Ein weiterer wichtiger Schwerpunkt ist schon seit Jahren unsere globale Maschinenstrategie: Ziel ist es, für die Herstellung von Injektionsfläschchen weltweit überall die gleiche, modernste Technologie einzusetzen.

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

In Amerika sind wir mit der Umsetzung fertig. Zur Zeit ist Europa an der Reihe und als nächstes kommen die Werke in Asien.

In den Südstaaten der USA, in Georgia, haben wir die Produktion für einen großen Inhalatoren-Auftrag ausgebaut. Ein wichtiger Auftrag und ein wichtiges Produkt, um mit solchen medizinischen Kunststoffsystemen auch in den USA in Zukunft stärker zu werden.

Und nicht zuletzt haben wir in unserem Kosmetikglaswerk im deutschen Tettau massiv investiert, eine Wanne umgebaut und für die anspruchsvolle Kosmetikindustrie unsere Dekorations- und Veredelungskapazitäten erweitert.

Jetzt möchte ich Ihnen einige Beispiele für wichtige Innovationen der letzten 12 Monate vorstellen.

Wir haben die Produktion einer vorfüllbaren Spritze aus dem Hochleistungskunststoff COP in Europa gestartet. Diese ist für besonders anspruchsvolle Medikamente gut geeignet.

Wir haben eine neue Glaskategorie geschaffen, die wir Elite Glas nennen. Beispielsweise haben wir so Injektionsfläschchen mit besonders hoher Qualität und Bruchfestigkeit entwickelt, was für bestimmte Medikamente und für die Sicherheit auf den Abfülllinien wichtig ist.

Hinter dem Namen BioPack steht eine ganze Familie von Kunststoffverpackungen für Medikamente und Kosmetik. Neu ist hierbei, dass wir statt dem traditionellen Kunststoffgranulat, das aus Rohöl hergestellt wird, auf Granulat aus nachwachsenden Rohstoffen wie der Zuckerrohrpflanze setzen.

Beim Thema Kosmetikglas fordern uns unsere Kunden immer wieder heraus, und wir antworten mit mehr als 100 Produktinnovationen Jahr für Jahr. Und diese 100 Produktinnovationen gibt es dann auch noch in einer Vielzahl von anspruchsvollen Dekorations- und Veredelungsvarianten, die wir alle beherrschen.

Wir sprechen unsere Märkte zielgerichtet an. Wir segmentieren und richten unser Angebot und Services zielgenau auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der Kunden aus, seien es große, internationale Pharmaunternehmen, Generikahersteller oder Spezialpharmakunden und Biotechnologie-Unternehmen.

Dabei spielt Qualität in den Aspekten Null-Fehler und zuverlässige Produktivität und Lieferkette die herausragende Bedeutung. Wir beliefern unsere Kunden rund um den Globus, denn wir produzieren lokal.

Und wir haben eine große Bandbreite an Lösungen. Im Hinblick auf neue Medikamente und neue Anforderungen beispielsweise durch Biotech-Medikamente etablieren wir gerade eine neue Organisationseinheit, die sich auf die Entwicklung und Vermarktung neuartiger Lösungen für diese Bedarfe spezialisiert.

Und damit komme ich zu unseren wichtigsten Kennzahlen des Geschäftsjahres 2016. Im Jahr 2016 ist es uns erneut gelungen profitabel zu wachsen.

Im Jahresvergleich lag das Umsatzplus bei 7,2%, auf 1,375 Mrd. Euro. Beim währungsbereinigten Umsatz hatten wir eine Zielmarke von 1,4 Mrd. Euro vorausgesagt, bei einem Zielkorridor von plus/minus 25 Mio. Euro. Mit unseren währungsbereinigten Umsatz in Höhe von 1,383 Mrd. Euro haben wir das Ziel erreicht, jedoch eher am unteren Ende.

Das Wachstum des Geschäftsbereichs Plastics & Devices beruht insbesondere auf Centor, das Unternehmen, das wir 2015 gekauft haben. Aber auch im Geschäft mit Inhalatoren konnten wir zulegen. Entwicklungs- und Werkzeugumsätze lagen ebenfalls leicht über Vorjahr.

Im Geschäftsbereich Primary Packaging Glass hat sich im letzten Jahr das Geschäft in den USA gut entwickelt. Auch mit Kosmetikglasverpackungen sind wir in 2016 gewachsen. Alles in allem beim Umsatz also ein zufriedenstellendes Jahr.

Das bereinigte EBITDA betrug 307,8 Mio. Euro im Jahr 2016 und lag damit 17,2% höher als im Jahr zuvor. Beim währungsbereinigten Adjusted EBITDA war das Ziel ein Wert von 305 Mio. Euro, plus minus 10 Mio. Euro. Erreicht haben wir eher das obere Ende mit 311,3 Mio. Euro. Die entsprechende Gewinnmarge, die Adjusted EBITDA-Marge, lag bei 22,4%, ein Sprung um fast 2 Prozentpunkte. Diese Verbesserung ergibt sich aus unseren Portfolioveränderungen der letzten zwei Jahre, zeigt gleichzeitig aber auch die Erfolge unserer Initiativen für mehr Effizienz und Produktivität.

Im Geschäftsbereich Plastics & Devices ist die Marge um 4,7 Prozentpunkte angestiegen, was im Wesentlichen aus dem profitablen Geschäft von Centor resultiert, das zum ersten Mal 12 Monate enthalten ist. Aber auch in den anderen Geschäftsfeldern von Plastics & Devices sehen wir positive Entwicklungen, gerade auch in Bezug auf Kundenmix und Produktivitätsverbesserungen, insbesondere bei medizinischen Kunststoffsystemen und Spritzen.

Der Rückgang der Marge bei Primary Packaging Glass erklärt sich aus dem Verkauf des Röhrenglasgeschäfts im Jahr 2015. Ohne Berücksich-

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

tigung dieses Verkaufs haben sich im Glasgeschäft die Margen leicht verbessert, insbesondere im Geschäft mit Injektionsfläschchen, Ampullen und Karpulen in Nordamerika.

Die solide Entwicklung des Adjusted EBITDA spiegelt sich im bereinigten Ergebnis je Aktie wider, das um 23,8% auf ein neues Allzeithoch von 4,22 Euro gestiegen ist.

Wie Sie in der Tabelle auf der rechten Seite sehen, beliefen sich unsere Investitionen auf 113,2 Mio. Euro. Dies entspricht 8,2% vom Umsatz und vergleicht sich mit unserem Zielwert von rund 8%.

Die Operating Cash Flow Marge erreichte mit 14,3% einen Rekordwert, als Konsequenz aus dem gestiegenen EBITDA und der Verbesserung des Net Working Capitals als Anteil vom Umsatz in 2016.

Ein paar Erläuterungen zu Kennziffern unserer Bilanz. Das Eigenkapital ist um 9,3% auf EUR 763,3 Mio. gestiegen. Die Eigenkapitalquote beträgt jetzt 32,1%. Der Anstieg resultiert vorrangig aus der guten Entwicklung des Konzernergebnisses.

Die gute Entwicklung beim bereinigten EBITDA und die verbesserte Cash Generierung sowie der Verkauf von Life Science Research haben zu einer Verbesserung des Schuldenstandes geführt. Per 30. November 2016 betrug unsere Netto-Verschuldung EUR 788,2 Mio.

Ein Jahr zuvor waren es EUR 877,5 Mio. Somit haben wir unsere Verschuldung um EUR 89,3 Mio. reduzieren können.

Die wichtige Kenngröße des Verschuldungsgrades, gemessen als Verhältnis der Nettoverschuldung zum bereinigten EBITDA, lag Ende 2016 damit bei dem 2,6fachen. Ein Jahr zuvor lag der Verschuldungsgrad noch beim 2,9fachen. Mit 2,6 sind wir nahe an dem angestrebten, mittelfristigen Ziel von 2,5.

Insgesamt können wir von einer sehr soliden, gesunden Bilanz sprechen. Und es gibt für Investitionen und für mögliche Akquisitionen, wenn sie sich anbieten sollten, einen ausreichenden finanziellen Spielraum.

Nachdem Sie sich einen Überblick über unsere Kennzahlen und die Umsatztreiber des Geschäftsjahres 2016 verschaffen konnten würde ich nun gerne auf die regionale Umsatzverteilung eingehen.

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

Wie schon vorhin erwähnt sind wir sehr global aufgestellt. Wir produzieren in 14 Ländern. Wir verkaufen unsere Produkte in 97 Ländern auf fünf Kontinenten.

In den USA erwirtschaften wir 26% unseres Umsatzes. Unsere wichtigste Region ist nach wie vor Europa, wo wir 24% alleine in Deutschland umsetzen und noch einmal 33% in allen anderen europäischen Ländern. 15% des Umsatzes entfallen auf die Schwellenländer.

Auch wenn es gerade im Jahr 2016 hier vermehrt Unsicherheiten und Schwankungen gab, so gilt nach wie vor der langfristige Trend, dass der Absatz von Medikamenten in diesen Regionen in den nächsten Jahren deutlich steigen wird. Von unseren bestehenden Werken in Brasilien, Mexiko, China und Indien aus werden wir unsere Präsenz weiter ausbauen und an diesem Wachstum partizipieren.

Ich möchte Ihren Blick kurz darauf lenken, wie wir uns langfristig entwickelt haben. Wir haben auf dieser Folie die Entwicklung beim Umsatz, dem bereinigten EBITDA und dem bereinigten Ergebnis je Aktie aufgezeigt, jeweils die Zeiträume 2011 bis 2016, und zwar bereinigt um den aufgegebenen Geschäftsbereich Life Science Research.

Unser jährliches durchschnittliches Umsatzwachstum betrug über die letzten fünf Jahre 6,4%. Das bereinigte EBITDA ist jährlich um 8,3% gestiegen, also schneller als der Umsatz.

Und das bereinigte Ergebnis je Aktie ist um 11% pro Jahr gewachsen.

Auch wenn das Umsatzwachstum in den fünf Jahren etwas geschwankt hat, so haben sich bereinigtes EBITDA und bereinigtes Ergebnis je Aktie sehr ordentlich entwickelt über die Zeit. Das haben wir sowohl durch organisches Wachstum, wie auch durch zielgerichtete Akquisitionen erreichen können.

Bei all dem bleibt unser Fokus aber immer: Der Patient und die Patientensicherheit kommen zuerst. Also stellen wir höchste Anforderungen an die Qualität unserer Produkte, denn es geht am Ende des Tages bei unseren Produkten immer um Gesundheit und Wohlbefinden.

Und damit, meine sehr verehrten Damen, meine Herren, komme ich zu unserem Aktienkurs.

Nachdem dieser mit starken Kursen um 75 Euro in das Geschäftsjahr am 1. Dezember 2015 startete, verlor er im Rahmen des allgemeinen Abschwungs an den Aktienmärkten in den ersten Wochen an Wert und

erreichte Anfang Februar 2016 seinen Geschäftsjahrestiefstand von 57,10 EUR.

Im Rahmen einer kontinuierlichen Erholung stieg unsere Aktie bis Mitte April 2016 auf einen Kurs von 72 Euro und schwankte im weiteren Verlauf des Geschäftsjahres in einer Bandbreite von 65 Euro bis 76,86 Euro. Letzterer Wert stellt das am 06. September 2016 erreichte neue Allzeithoch dar. Das Geschäftsjahr schloss die Aktie mit einem Kurs von 68,85 Euro am 30. November 2016 ab.

Nach einem weiteren Anstieg auf 76 Euro Mitte Januar 2017 schwankt die Aktie seitdem zwischen 71 und 76 Euro.

An unserem Erfolg im Geschäftsjahr 2015/16 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 2016 eine Dividende in Höhe von 1,05 Euro je Aktie auszuschütten. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 25% des bereinigten Konzernergebnisses nach nicht beherrschenden Anteilen.

Die Dividende steigt demzufolge um 23,5%. Damit konnten wir zum 6. Mal in Folge die Dividende erhöhen und 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.

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.

Das tun wir sowohl auf der Produktseite als auch in der Herstellung und in den Werken. Über die neue Produktlinie Biopack, die aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt wird, habe ich vorhin schon gesprochen.

In den Werken legen wir großen Wert auf den effizienten Einsatz von Energie und Rohstoffen. Immer mehr Werke sind nach den internatio-

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

nalen Standards ISO 14001 und ISO 50001, also Umweltmanagement und Energieeffizienz, zertifiziert. Bei jeder Überholung von Glasschmelzwannen spielt die zukünftige Einsparung von Energie eine große Rolle.

Bei der Glasschmelze recyceln wir einen hohen Anteil an Glasscherben. In allen Werken wird kontinuierlich an dem schonenden Einsatz von Ressourcen gearbeitet. Sei es durch neue Technologien bei Reinräumen, Kühlsystemen oder der Einsatz von Solarenergie.

Als Unternehmen mit hohem Energieverbrauch ist es wichtig, unseren jährlichen Fortschritt auch extern überprüfen zu lassen. Deswegen engagieren wir uns schon seit acht Jahren für eine umweltgerechte Produktion im Rahmen des Carbon Disclosure Projects. Dabei handelt es sich um die weltweit größte Umweltinitiative zur Reduktion von CO₂-Emissionen.

Ziel unserer Umweltstrategie ist es, das Verhältnis von Emissionen zu Umsätzen zu reduzieren. Wir haben diese Zielvorgabe zum wiederholten Male erreicht: Das Verhältnis der Emissionen zum Umsatz sank im letzten Jahr um 15,2%. Damit haben wir die stärkste prozentuale Verbesserung erzielt, seit wir an diesem Projekt teilnehmen.

Auch auf der Kundenseite stoßen diese Themen auf großes Interesse. Immer mehr Kunden auditieren uns nach Umwelt- und Corporate Social Responsibility Gesichtspunkten.

Am Ende des Geschäftsjahres 2016 waren 9.904 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Gerresheimer weltweit tätig. Diese Kolleginnen und Kollegen sind die Stütze unseres Erfolges.

Denn nicht Maschinen oder Werke machen den Erfolg aus, sondern das Engagement, der Einsatz und die Verantwortungsbereitschaft der Mitarbeiter.

Ganz entscheidend sind die Aus- und Weiterbildung und die Einbindung der Mitarbeiter in die wichtigen Themen. Im Geschäftsbericht haben wir vorne im Imageteil in einem eigenen Kapitel einige Beispiele dazu illustriert.

Selbstverständlich bilden wir gerade hier in Deutschland junge Menschen zu Fachkräften aus. Dies tun wir unverändert in einem hohen Maße, mit einer überdurchschnittlichen Ausbildungsquote.

Die Qualität dieser Ausbildung ist hoch. Unsere Absolventen gewinnen immer wieder Preise, nicht nur regional sondern auch bundesweit. Mehr

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

und mehr übertragen wir dieses deutsche Erfolgsmodell auch auf ausländische Werke.

Schon seit einigen Jahren bilden wir nach dem Modell der deutschen dualen Ausbildung junge Menschen in unserem tschechischen Werk in Horsovsky Tyn aus. Und letztes Jahr haben wir gemeinsam mit dem Gouverneur von Georgia in den USA eine Initiative gestartet, dies jetzt auch in unserem Werk in Peachtree City im Süden der USA zu beginnen.

Neben der Ausbildung sind auch Weiterbildung, Training und der Einsatz moderner Medien direkt am Arbeitsplatz, direkt an der Maschine wichtig. Wir haben damit begonnen, verstärkt digitale Medien zur Visualisierung von Prozessen und zum Training sowie zur Anleitung der Mitarbeiter direkt am Arbeitsplatz zu nutzen. So wie junge Menschen heute per Youtube-Tutorials lernen, zu backen oder Autos zu reparieren, so bereiten wir unsere Trainingsmaterialien zunehmend auch per Video auf. Das hilft uns, unsere Arbeitsabläufe weltweit stärker zu standardisieren aber auch unseren Mitarbeitern die Möglichkeit zu geben eigene Ideen zur Verbesserung mit Hilfe digitaler Medien vorzustellen.

An dieser Stelle ist es mir wichtig noch einmal zu betonen, dass der langjährige Erfolg der Gerresheimer Gruppe weltweit ohne den Einsatz aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht möglich wäre. Ich möchte mich - auch im Namen meiner Vorstandskollegen - für die sehr gute Zusammenarbeit bei all unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bedanken. Ohne den Einsatz, die Motivation und den Einfallsreichtum unserer weltweit rund 10.000 Kollegen wären wir nicht da, wo wir heute sind.

Lassen Sie mich Ihnen nun noch kurz unseren Start ins neue Geschäftsjahr 2016/17 vorstellen.

Im ersten Quartal entwickelte sich der Umsatz erwartungsgemäß verhalten und ging um 5,4% auf EUR 302,8 Mio. zurück.

Organisch, also bereinigt um Währungseffekte, Zu- und Verkäufe, betrug der Rückgang 6,2%. Insbesondere Umsätze mit medizinischen Systemen wie Insulin-Pens, Diabetiker-Stechhilfen oder Asthma-Inhalatoren gingen zurück.

Darunter auch die Umsätze für Entwicklungsleistungen und Werkzeuge für neue Projekte. Schwankungen bei diesen Umsätzen mit Entwicklungsleistungen und Werkzeugen sind normal und üblich, da sie von der Abrechnung größerer Kundenprojekte abhängen und nicht kontinuierlich erfolgen.

Die Auftragslage und die Anzahl der Projekte sind aber weiterhin gut. Bei medizinischen Systemen gingen Umsätze wie erwartet mit einigen Pharmakunden zurück, bei denen wir Alleinlieferant sind.

Im Bereich Primary Packaging Glass, also bei Produkten wie Pharmaflaschen, Injektionsfläschchen, Karpulen und Ampullen lagen die Umsätze insbesondere durch Unsicherheiten im nordamerikanischen Markt und Zurückhaltung bei Bestellungen von Großkunden etwas unter Vorjahr. Im Geschäft mit Glasverpackungen für Kosmetik in Europa konnten wir hingegen ein Plus verzeichnen.

Nun zum Ergebnis. Trotz der Umsatzrückgänge konnte dank flexibler Anpassungen an die Auftragslage die bereinigte EBITDA-Marge auf 19,8% gehalten werden. Das ist für das stets schwächere erste Quartal eines Jahres die Wiederholung der Rekordmarge des Vorjahres.

Das Adjusted EBITDA ist als Folge der Umsatzrückgänge im ersten Quartal von EUR 63,5 Mio. auf EUR 59,9 Mio. gesunken. Währungsbereinigt betrug das Adjusted EBITDA EUR 59,8 Mio.

Das bereinigte Ergebnis aus fortzuführendem Geschäft je Aktie nach Ergebnisanteilen von nicht beherrschenden Anteilen betrug im ersten Quartal EUR 0,60, vor einem Jahr waren es EUR 0,72.

Der Verschuldungsgrad, gemessen als Nettofinanzschulden zum Adjusted EBITDA, blieb im Vergleich zum 30. November 2016 unverändert bei dem 2,6-fachen.

Bleibt noch der Ausblick, der unverändert steht.

Für das Geschäftsjahr 2017 erwarten wir einen währungsbereinigten Konzernumsatz - zunächst am unteren Ende der Bandbreite - von rund EUR 1,405 Mrd. bis EUR 1,455 Mrd.

Für das währungsbereinigte Adjusted EBITDA sind wir weiterhin zuversichtlich und rechnen mit einem Anstieg auf rund EUR 320 Mio. bei einer Bandbreite von plus/minus EUR 10 Mio.

Das bereinigte Ergebnis je Aktie soll sich auf einen Wert in der Bandbreite von EUR 4,20 je Aktie bis EUR 4,55 je Aktie erhöhen. Dies vergleicht sich mit einem Vorjahreswert von EUR 4,07 bereinigt um den Life Science Research Verkauf.

Das Investitionsvolumen des Geschäftsjahres 2017 wird voraussichtlich rund 8% des Umsatzes zu konstanten Wechselkursen betragen.

Darüber hinaus bleiben auch die Erwartungen bis Ende 2018 unverändert stehen:

Wir streben eine durchschnittliche organische Wachstumsrate des Umsatzes in Höhe von 4 bis 5% an.

Für die Adjusted EBITDA-Marge peilen wir einen Zielwert von rund 23% für 2018 an.

Und die Investitionsquote wird weiterhin rund 8% des Umsatzes betragen.

Für das durchschnittliche Net Working Capital im Verhältnis zum Umsatz erwarten wir einen Wert von rund 16%.

Bei der Operating Cash Flow-Marge gehen wir von ca. 13% aus.

Unsere langfristigen Zielvorgaben sind:

Ein Return on Capital Employed (ROCE) von mindestens 12%. Und ein Verhältnis der Nettofinanzschulden zum Adjusted EBITDA von rund 2,5.

Und unsere Dividendenpolitik bleibt unverändert: 20 bis 30% des bereinigten Konzernergebnisses nach nicht beherrschenden Anteilen wollen wir in Form einer Dividende an unsere Aktionäre ausschütten.

Wir haben das Jahr 2016 genutzt, um das Unternehmen noch besser und fokussierter aufzustellen.

Die langfristigen Wachstumstrends sind absolut intakt, auch wenn es derzeit kurzfristig mehr Unsicherheiten gibt.

Wir sind geübt darin, unsere Organisation kurzfristig an Schwankungen anzupassen und konnten dementsprechend die Marge im 1. Quartal 2017 auf hohem Niveau stabilisieren.

Sehr geehrte Damen und Herren:

Ich bin unverändert sehr optimistisch, dass Gerresheimer erfolgreich den Kurs des nachhaltigen Wachstums weiter beschreiten wird.

Aus meiner Sicht ist Gerresheimer ein hervorragend aufgestelltes Unternehmen, das einzigartig in seiner Breite und internationalen Aufstellung in unserer Industrie ist. Ich schätze an diesem Unternehmen insbesondere den Einsatzwillen und das Engagement der Mitarbeiter,

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

das sich vom Maschinenführer über die Werksleitungen bis zum Management zieht.

Teil des Erfolgs dieses Unternehmens ist die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, unseren Geschäftspartnern, unserem Aufsichtsrat sowie mit unseren Betriebsräten. Ihnen allen möchte ich – auch im Namen meiner Vorstandskollegen – meinen Dank für Ihre Unterstützung und Ihr Engagement aussprechen.

Ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit. Meine Kollegen und ich stehen Ihnen jetzt 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

Severine Camp
Corporate Senior Director Investor Relations
Telefon +49 211 6181-314
Telefax +49 211 6181-121
E-Mail s.camp@gerresheimer.com