

10.08.2016 – 07:00 Uhr

Erfolgreiche Neuausrichtung zeigt sich in hohem Auftragseingang auf der drupa und bildet Basis für weiteres Wachstum im Gesamtjahr

Heidelberg (ots) -

-Erfolgreiche Neuausrichtung: Kunden investieren in industrielle Druckproduktion und Digitalisierung -Geschäftsentwicklung im 1. Quartal 2016/2017 geprägt von Branchenmesse drupa: Auftragseingang von 804 Mio. EUR erhöht Auftragsbestand um 67 Prozent; Umsatzerlöse (486 Mio. EUR) und operatives Ergebnis (EBITDA 1 Mio. EUR) unter Vorjahr; Kaufzurückhaltung vor der drupa und Messekosten belasten Quartalsergebnis (Ergebnis nach Steuern -37 Mio. EUR) -Positiver Free Cashflow von 6 Mio. EUR -Jahres- und Mittelfristziele fest im Blick

Das erste Quartal der Heidelberger Druckmaschinen AG (Heidelberg) im Geschäftsjahr 2016/2017 (1. April 2016 bis 30. Juni 2016) wurde wie erwartet von der Branchenmesse drupa geprägt, die Ende Mai/Anfang Juni stattfand. Unter dem Motto "Simply Smart" hatte Heidelberg die Digitalisierung der Branche und damit die strategische Neuausrichtung weiter vorangetrieben. Die neuen Produkte und Lösungen führten zu einer hohen Nachfrage entlang des gesamten Leistungsangebots für industrielle Druckproduktion und Digitalisierung. Entsprechend stieg der Auftragseingang zum 30. Juni auf 804 Mio. EUR. Der Auftragsbestand als Indikator für die zukünftige operative Entwicklung des Konzerns sprang gegenüber dem Vorquartal um 67 Prozent von 460 Mio. EUR auf 768 Mio. EUR. Die gute Nachfrage bildet eine solide Basis, um die Gesamtjahresziele zu erreichen.

"Heidelberg ist mit einem erfolgreichen drupa-Auftritt stark in das neue Geschäftsjahr gestartet. Dies dokumentiert vor allem der hohe Auftragseingang auf der Messe", sagte Gerold Linzbach, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens. "Mit unseren Innovationen haben wir neue Standards für den industriellen Druck im digitalisierten Zeitalter gesetzt. Die hohe Akzeptanz am Markt stimmt uns für die Zukunft sehr optimistisch."

Geschäftsentwicklung im 1. Quartal 2016/2017 geprägt von Branchenmesse drupa Die übliche Kaufzurückhaltung im Vorfeld der Messe führte im 1. Quartal erwartungsgemäß zu einem mit 486 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr rückläufigen Umsatz (Vorjahr 563 Mio. EUR). Die aus dem Rückgang resultierenden fehlenden Deckungsbeiträge, drupa-Kosten von rund 10 Mio. EUR und tarifbedingt höhere Personalkosten belasteten das Ergebnis in der Berichtsperiode wie erwartet. Daher lag das EBITDA ohne Sondereinflüsse bei 1 Mio. EUR (Vorjahr: 46 Mio. EUR). Der Vorjahreswert enthielt noch einen positiven Einmaleffekt von 19 Mio. EUR aus der Erstkonsolidierung der übernommenen Printing Systems Group (PSG). Die Sondereinflüsse fielen mit -3 Mio. EUR nur noch gering aus (Vorjahr -15 Mio. EUR), das negative Finanzergebnis lag wegen der vorzeitigen Rückzahlung der Unternehmensanleihe 2011 leicht über dem Vorjahresniveau. Zum Quartalsende wies Heidelberg ein Ergebnis nach Steuern von -37 Mio. EUR (Vorjahr: -4 Mio. EUR) aus.

Positiver Free Cashflow von 6 Mio. EUR im 1. Quartal Der Free Cashflow verbesserte sich im Berichtsquartal trotz Auszahlungen für die Portfoliooptimierung und des notwendigen Aufbaus der Vorräte für die drupa-Bestellungen von -35 Mio. EUR im Vorjahr auf plus 6 Mio. EUR. Das Eigenkapital sank gegenüber dem Geschäftsjahresende 2015/2016 hauptsächlich wegen des gesunkenen Rechnungszinses zur Bewertung der Pensionsverpflichtungen auf 167 Mio. EUR. Die Eigenkapitalquote betrug damit zum Stichtag 8 Prozent, gegenüber 13 Prozent im Vorquartal. Die Nettofinanzverschuldung lag mit 263 Mio. EUR (31. März 2016: 281 Mio. EUR) auf niedrigem Niveau und der Leverage mit 1,8 weiterhin unter dem Zielwert von 2.

"Wir wollen auch in diesem Jahr wachsen und den Nachsteuergewinn weiter moderat steigern", sagte Dirk Kaliebe, Finanzvorstand. "Der ausgewogene Finanzierungsrahmen gibt uns zudem die Freiheiten, das Geschäftsmodell durch gezielte Zukäufe weiter zu stärken."

Erfolgreiche Neuausrichtung: Kunden investieren in industrielle Druckproduktion und Digitalisierung Das Feedback der Kunden auf die Neupositionierung von Heidelberg war extrem positiv. Das erstmalig der breiten Öffentlichkeit unter dem Namen "Fire" vorgestellte Digitaldruckportfolio von Heidelberg fand große Aufmerksamkeit beim Messepublikum und verzeichnete Verkaufserfolge über alle Produktkategorien. Im industriellen Digitaldruck setzte Heidelberg zusammen mit Fujifilm mit der Weltpremiere der Heidelberg Primefire 106 einen neuen Maßstab für den Verpackungsdruck. Die erfolgreiche Einführung wurde durch zahlreiche Verkaufsabschlüsse in Europa, den USA, Brasilien, China und Japan unterstrichen. Als Lösung für den digitalen Werbedruck verkaufte Heidelberg auf der drupa bereits die 1.000. Versafire. In Summe konnte Heidelberg von diesen Digitalsystemen allein während der Messe so viele Maschinen verkaufen wie im gesamten Geschäftsjahr 2014/2015. Im stark wachsenden Etikettenmarkt fand die Digitalmaschine Gallus Labelfire bei den Besuchern hohes Interesse. Weitere Verkaufsabschlüsse während der Messe bestätigten das Lösungsangebot im digitalen Etikettendruck. Mit der Fire-Familie hat sich das Unternehmen im Markt als Digitaldruckanbieter etabliert.

Heidelberg nutzt zudem die Möglichkeiten der Digitalisierung und leitet mit dem Konzept des autonomen Druckens einen Paradigmenwechsel in der industriellen Druckproduktion mit Bogenoffsetdruckmaschinen ein. Insgesamt bestätigt das Investitionsverhalten der Kunden den Wandel in der Industrie zu höherer Automatisierung und Produktivität und zu Integration

durch Software. So erwies sich das Flaggschiff, die Speedmaster XL 106, als Bestseller und meist verkaufte Maschine während der Messe. Besonders nachgefragt waren Varianten für den weiter wachsenden Verpackungsmarkt und lange Wendemaschinen. Rückgrat für neue Dienstleistungsangebote ist die Heidelberg Cloud, die auf der Erfassung und Analyse von mehr als 10.000 vernetzten Maschinen und 15.000 Prinect-Softwareanbindungen beruht. Basierend hierauf bietet Heidelberg seinen Kunden beispielsweise präventive Serviceprogramme zur Steigerung der Verfügbarkeit von Maschinen und zur Verbesserung der Produktivität der gesamten Druckerei an.

"Der Auftritt auf der drupa hat bestätigt, dass wir uns mit der strategischen Neuausrichtung auf die Wachstumssegmente Digital und Services auf dem richtigen Weg befinden", fasst Gerold Linzbach zusammen. "Wir setzen auf die richtigen Themen für unsere künftigen Zielsetzungen."

Jahres- und Mittelfristziele fest im Blick Dank des guten Auftragseingangs und des gestiegenen Auftragsbestands hat Heidelberg die Jahresziele für 2016/2017 unverändert fest im Blick. So wird weiter mit einem Umsatzwachstum von bis zu 4 Prozent gerechnet. Trotz der Vorleistungen für den beschleunigten Ausbau des Digitalgeschäfts und des Servicegeschäfts soll zudem eine EBITDA-Marge vor Sondereinflüssen auf dem Niveau des Vorjahres erreicht werden. Gleichzeitig soll das Finanzergebnis durch die Senkung der Zinslast weiter verbessert werden. Damit strebt Heidelberg im Gesamtjahr ein gegenüber dem Vorjahr moderat steigendes Ergebnis nach Steuern an. Mittelfristig soll die erfolgreiche Neuausrichtung von Heidelberg ein Wachstum des Konzernumsatzes um bis zu 4 Prozent pro Jahr auf rund 3 Mrd. EUR ermöglichen. Die Profitabilität soll dabei bezogen auf die EBITDA-Marge in einer Spanne von 7 bis 10 Prozent auf einem hohen Niveau liegen.

Die Zwischenmitteilung zum 1. Quartal 2016/2017 sowie Bildmaterial und weitere Informationen über das Unternehmen stehen im Presseportal der Heidelberger Druckmaschinen AG unter www.heidelberg.com zur Verfügung.

Nächster Unternehmenstermin:

Die Veröffentlichung der Zahlen für das 1. Halbjahr 2016/2017 ist für den 9. November 2016 vorgesehen.

Wichtiger Hinweis:

Diese Presseerklärung enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, welche auf Annahmen und Schätzungen der Unternehmensleitung der Heidelberger Druckmaschinen Aktiengesellschaft beruhen. Auch wenn die Unternehmensleitung der Ansicht ist, dass diese Annahmen und Schätzungen zutreffend sind, können die künftige tatsächliche Entwicklung und die künftigen tatsächlichen Ergebnisse von diesen Annahmen und Schätzungen aufgrund vielfältiger Faktoren erheblich abweichen. Zu diesen Faktoren können beispielsweise die Veränderung der gesamtwirtschaftlichen Lage, der Wechselkurse und der Zinssätze sowie Veränderungen innerhalb der grafischen Industrie gehören. Die Heidelberger Druckmaschinen Aktiengesellschaft übernimmt keine Gewährleistung und keine Haftung dafür, dass die künftige Entwicklung und die künftig erzielten tatsächlichen Ergebnisse mit den in dieser Presseerklärung geäußerten Annahmen und Schätzungen übereinstimmen werden.

Kontakt:

Für weitere Informationen:
Heidelberger Druckmaschinen AG
Investor Relations
Robin Karpp
Tel. 06222 82 67120
Fax 06222 82 67129
E-Mail: robin.karpp@heidelberg.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000778/100791370> abgerufen werden.