

Ralf W. Dieter

Vorsitzender des Vorstands

Dürr AG

**30. ordentliche Hauptversammlung
der Dürr Aktiengesellschaft**

Bietigheim-Bissingen, 10. Mai 2019

Es gilt das gesprochene Wort.

Chart 3: Willkommen

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, Aktionärsvertreter und Journalisten, liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, liebe Gäste.

Auch im Namen meiner Vorstandskollegen darf ich Sie herzlich zur 30. Hauptversammlung der Dürr AG begrüßen. Es freut uns, dass Sie unserer Einladung wieder so zahlreich gefolgt sind. Ganz besonders möchte ich die Familie Dürr begrüßen: Liebe Heide, liebe Nicole und lieber Herr Dürr, herzlich willkommen und danke, dass Sie als Ankeraktionär ihre Verbundenheit mit dem Unternehmen zum Ausdruck bringen.

Meine Damen und Herren,

dies ist bereits meine 15. Hauptversammlung, die ich als Vorstand der Dürr AG mitmache. Damit zähle ich – das haben meine Mitarbeiter recherchiert – zu den zehn dienstältesten Vorstandsvorsitzenden im MDAX. Da ich aber noch nicht alt bin und ich mich auch nicht alt fühle, freue ich mich darüber, dass der Aufsichtsrat mir durch eine neuerliche Bestellung zum Vorstandsvorsitzenden die Möglichkeit gegeben hat, die Entwicklung des Konzerns auch in den kommenden Jahren mitzugestalten.

Chart 4: 125 Jahre / Digitalisierung

Nächstes Jahr wird Dürr 125 Jahre alt. Aus dem 1895 gegründeten Handwerksbetrieb ist in vielen Entwicklungsschritten ein weltweit agierender Maschinen- und Anlagenbauer geworden. Die Treiber dafür waren stets die Offenheit für neue Technologien und Herausforderungen, das Unternehmertum des Managements und das Engagement der Dürr-Mitarbeiter.

Meine Damen und Herren,

Anfang April war auf der Hannover Messe wie unter einem Brennglas zu sehen, wohin die Reise des deutschen Maschinen- und Anlagenbaus geht: in Richtung Digitalisierung, künstliche Intelligenz und smarte Fabrik. Vor unserer Branche liegen große Veränderungen, oder – das Wort gefällt mir besser: Chancen, denn als solche sehen wir die digitale Transformation bei Dürr, und ich freue mich, diese Transformation in den nächsten Jahren mitgestalten zu können. Mit der Strategie

digital@DÜRR, über deren Fortschritte ich gleich berichten werde, treiben wir die Digitalisierung bei Dürr entschlossen voran.

Chart 5: AE / Umsatz

Blicken wir aber zunächst auf das abgelaufene Jahr. 2018 brachte bei Auftragseingang und Umsatz neue Rekorde. Beide Kennzahlen konnten wir in Richtung der Marke von 4 Mrd. € steigern, und das obwohl das gesamtwirtschaftliche Umfeld angesichts der um sich greifenden Handelskonflikte und politischer Instabilitäten alles andere als einfach war.

Chart 6: Wachstum Automotive-Geschäft

Ein wichtiger Faktor für unser Wachstum war das Geschäft mit der Automobilindustrie: Trotz des Umbruchs, den unsere Kunden bewältigen müssen, – denken Sie an Elektromobilität oder autonomes Fahren – ist der Auftragseingang aus der Branche abermals gestiegen. Dafür gibt es drei wesentliche Gründe:

- Erstens investiert die Autoindustrie in bestehende Werke, um die Produktivität zu steigern und so die Mittel zu erwirtschaften, die sie für Trends wie E-Mobilität und autonomes Fahren benötigt.
- Zweitens schreitet die Lokalisierung der Automobilproduktion weiter voran. Gerade angesichts von Handelskonflikten und neuen Zöllen bauen unsere Kunden neue Fabriken verstärkt in denjenigen Märkten, in denen sie ihre Autos auch verkaufen wollen – sei es in China, Südostasien oder langfristig in Afrika.
- Der dritte Wachstumsfaktor im Autogeschäft ist die Elektromobilität. Sie ist eine Chance für uns, denn der Bau von Elektroautos erfordert die Umrüstung von Werken sowie Investitionen in neue Produktionstechnik. Zudem verbreitert die E-Mobilität unsere Kundenbasis. Besonders in China treten neue Produzenten – ja, quasi Start-ups – auf, die Produktionsstätten errichten und uns als Partner für Lackier- und Endmontageanlagen schätzen.

Chart 7: EBIT

Blicken wir nun auf das Ergebnis. Auf dem Bild ist das EBIT jeweils zwei Mal angegeben: ein Mal in Blau einschließlich aller Sondereffekte und ein Mal in Grün als operatives EBIT vor Sondereffekten. Diese Darstellung zeigt einen wichtigen Aspekt:

Das EBIT ging 2018 zwar um 19 % auf 234 Mio. € zurück, allerdings resultierte dies nicht aus einem Ergebniseinbruch im operativen Geschäft, sondern vor allem aus hohen Sonderaufwendungen von 41,4 Mio. €.

Der Großteil der Sonderaufwendungen entfiel auf Maßnahmen, die unsere Wettbewerbsfähigkeit verbessern, zum Beispiel das Optimierungsprogramm FOCUS 2.0 im Lackieranlagenbau, die Beendigung der defizitären Mikrogasturbinen-Aktivitäten oder die Akquisition von Megtec/Universal im Bereich der Umwelttechnik. Diese Maßnahmen haben das Ergebnis 2018 einmalig belastet, und daher haben wir im Oktober eine Anpassung unserer Gewinnerwartungen für 2018 bekannt gegeben. Die Optimierungsmaßnahmen werden sich aber auszahlen, da sie unsere zukünftige Ertragskraft stärken; daher sehen wir sie als nachhaltige Zukunftsinvestitionen.

Chart 8: Service

Kommen wir zum Service: Dort wuchs der Umsatz 2018 überproportional zum Gesamtumsatz und überschritt erstmals die Marke von 1 Mrd. €. Das ist sehr erfreulich, denn der Service ist nicht nur ertragsstark, sondern trägt auch erheblich zur Zufriedenheit unserer Kunden bei.

Chart 9: Bilanz

Das Eigenkapital konnten wir auf 1 Mrd. € steigern. Die Eigenkapitalquote beträgt nun 27,4 % und ist damit näher an das Ziel von 30 % herangerückt. Sehr erfreulich entwickelte sich auch der Cashflow: Im operativen Geschäft erzielten wir einen Mittelüberschuss von 162 Mio. €, das sind 36 % mehr als im Vorjahr. Unsere Fähigkeit zur Cash-Generierung ist entscheidend, denn dadurch verfügen wir über die Mittel, um kräftig in Innovationen und die Digitalisierung zu investieren.

Beenden will ich den Zahlenteil mit dem Nettofinanzstatus, also dem Saldo aus flüssigen Mitteln und Finanzverschuldung. Ende 2018 war der Nettofinanzstatus mit 32 Mio. € erneut positiv, obwohl wir insgesamt 138 Mio. € für die Anteilsaufstockung bei HOMAG und den Kauf des US-Umwelttechnikunternehmens Megtec/Universal ausgegeben haben.

Chart 10: Megtec/Universal

Meine Damen und Herren,

der Erwerb von Megtec/Universal ist Teil unserer Akquisitionsstrategie. Schon vor einigen Jahren gab es die Möglichkeit, das Unternehmen zu erwerben. Damals war der Kaufpreis aus unserer Sicht aber zu hoch. Nun aber bot sich die Chance, Megtec/Universal deutlich günstiger zu erwerben, nämlich für rund 100 Mio. €.

Den Hauptteil seines Umsatzes von rund 200 Mio. € erzielt Megtec/Universal mit Anlagen zur Abluftreinigung. Das Unternehmen ergänzt sich gut mit unserem bisherigen Geschäft in der Umwelttechnik; unsere Division Clean Technology Systems ist nun mit einem Geschäft von über 400 Mio. € klarer Weltmarktführer. Nirgendwo anders erhalten Kunden ein so breites Lösungsspektrum, um Schadstoffe aus Produktionsprozessen zu beseitigen.

Die Umwelttechnik ist unser wachstumsstärkster Bereich, 2018 stieg ihr Auftragseingang um 29 % – wohlgermerkt ohne Megtec/Universal, inklusive Megtec/Universal betrug das Plus 57 %. Auch weiterhin bestehen gute Expansionschancen: In Schwellenländern wie China steigt die Nachfrage nach Abluftreinigungsanlagen, da zum Schutz der Umwelt immer anspruchsvollere Emissionsgrenzwerte eingeführt werden. Außerdem bringt Megtec/Universal Technologien zur Beschichtung von Lithium-Ionen-Batterien ein, auch das ist ein interessanter neuer Wachstumsmarkt. 2021 soll Clean Technology Systems bis zu 500 Mio. € Umsatz und eine EBIT-Marge von 6 bis 7 % erreichen.

Chart 11: Mitarbeiter

Mit Megtec/Universal kamen 865 Mitarbeiter neu hinzu. Weltweit bilden gut 16.300 Menschen das Rückgrat unseres Konzerns, ihr Verdienst ist es, dass wir mit den Marken Dürr, Schenck und HOMAG an der Spitze stehen. Dafür und für ihr großes Engagement danke ich allen Mitarbeitern herzlich – und ich denke, Sie, liebe Aktionäre, schließen sich gerne mit einem Applaus an.

Unseren Dank werden meine Vorstandskollegen und die Leiter der Divisions gerne weitergeben. Namentlich sind das Carlo Crosetto, Dr. Jochen Weyrauch, Pekka

Paasivaara, Dr. Lars Friedrich, Dr. Daniel Schmitt und Bruno Welsch. Auch Euch herzlichen Dank für die umsichtige Führung Eurer Geschäfte und Ressorts.

Chart 12: Aktie

Meine Damen und Herren,

wir springen nun zur Aktie und zur Dividende, danach blicken wir kurz auf die späteren Abstimmungen, bevor wir uns unseren Märkten und der Strategie zuwenden.

Keine Frage: Die Aktienkursentwicklung war 2018 mit einem Minus von 42 % unbefriedigend. Wir müssen aber den Kontext der eskalierenden Handelskonflikte berücksichtigen, in dem Auto- und Maschinenbauwerte auf breiter Front einbrachen. Die Dürr-Aktie war also kein Einzelfall. Die Anpassung unserer Gewinnziele im Oktober ließ den Kurs nur vorübergehend sinken. Angesichts des starken vierten Quartals und des positiven Ausblicks für 2019 ist die Aktie wieder im Aufwärtstrend und erreichte seit Jahresbeginn ein Kursplus von rund 20 %.

Chart 13: Dividende

Unser Dividendenvorschlag für 2018 beträgt 1 € je Aktie. Damit wollen wir beidem gerecht werden: Ihrem Anspruch auf eine attraktive Gewinnbeteiligung einerseits und dem durch Sonderaufwendungen belasteten Ergebnis andererseits. Erwähnen möchte ich hierbei, dass wir einen größeren Ergebnisanteil ausschütten als sonst: Der Vorschlag von 1 € entspricht einer Ausschüttungsquote von 42 % des Konzernergebnisses nach Steuern, damit liegen wir dieses Mal über der üblichen Spanne von 30 bis 40 %.

Noch ein Hinweis: Während vergangenes Jahr eine Dividende von 2,20 € zur Abstimmung stand, wird die Vorjahresdividende im eingeblendeten Diagramm mit 1,10 € angegeben. Das hat seine Richtigkeit, denn die Dürr AG hat im Juni 2018 Gratisaktien im Verhältnis von 1:1 ausgegeben. Dadurch hat sich die Aktienstückzahl verdoppelt, und daher wird die Vorjahresdividende mit 1,10 € je Aktie und nicht mehr mit 2,20 € angegeben.

Chart 14: Tagesordnung

Über die Dividende können Sie nachher unter Tagesordnungspunkt 2 abstimmen. Die Punkte 3 bis 5 widmen sich wie immer den Entlastungen und der Wahl des Prüfers. In den Tagesordnungspunkten 6 und 7 schlagen wir vor, das Bedingte Kapital und das Genehmigte Kapital zu erneuern, da beide Kapitalien am 29. April 2019 ausgelaufen sind. Bei der Ausgestaltung der Beschlussanträge haben wir die Marktgepflogenheiten und Anforderungen von institutionellen Investoren und Stimmrechtsberatern berücksichtigt, so wurde etwa die Möglichkeit für Bezugsrechtsausschlüsse bei beiden Kapitalgattungen auf insgesamt 10 % begrenzt. Für beide Kapitalien bestehen keine konkreten Nutzungspläne, es handelt sich also um reine Vorratsbeschlüsse. Auf den letzten Tagesordnungspunkt – Nummer 8 – muss ich nicht eingehen, da Herr Streibich sich bereits dazu geäußert hat.

Chart 15: Markt Automotive

Damit kommen wir zu unseren Märkten. Wie eingangs dargelegt, ist das Geschäft mit der Automobilindustrie 2018 weiter gewachsen, obwohl das Umfeld schwieriger geworden ist – denken Sie an die Handelskonflikte, die Einführung der neuen WLTP-Abgastests und das Brexit-Wirrwarr. All das führte dazu, dass die weltweite Automobilproduktion 2018 bei 93 Mio. Einheiten stagnierte. Auch 2019 wird angesichts fortwährender Unsicherheiten nicht einfach, wenngleich Fachleute erwarten, dass die Autoproduktion wieder wächst, sofern der konjunkturelle Gegenwind nicht zunimmt.

Chart 16: Markt Möbel

HOMAG erzielte 2018 im Geschäft mit der Möbelindustrie ebenfalls ein hohes Bestellniveau. Zuletzt zeichnete sich aber ab, dass Kunden bei der Auftragsvergabe – insbesondere im wichtigen Markt China – vorsichtiger werden. Auch hier macht sich das langsamere Wirtschaftswachstum bemerkbar, wenngleich Branchenexperten für 2019 nach wie vor ein leichtes Wachstum der Möbelindustrie in Aussicht stellen.

Chart 17: Dürr-Konzern in China

Meine Damen und Herren,

wir reagieren auf die konjunkturelle Eintrübung mit striktem Kostenmanagement. Zugleich behalten wir aber einen kühlen Kopf. Der hohe Auftragseingang im Jahr 2018 zeigt, dass die Automobilhersteller langfristig denken. Entscheidend für sie ist nicht, ob der Fahrzeugabsatz über einige Monate lahm, sondern ob sie an das Zukunftspotenzial eines Marktes glauben. Wenn das der Fall ist, werden geplante Investitionen auch umgesetzt.

Das sehen wir in China. 2018 nahmen die Bestellungen der Autoindustrie dort deutlich zu, obwohl der Fahrzeugabsatz nachgab. Denn im Kern sind unsere Kunden davon überzeugt, dass in China bei zunehmendem Wohlstand immer mehr Autos gekauft werden. Dieses Potenzial lässt sich beziffern: 2017 kamen in Deutschland gut 550 Autos auf 1.000 Einwohner, in China waren es deutlich unter 200 Autos. Diese Lücke wird kleiner, je mehr die Kaufkraft zunimmt. 2017 lag das Pro-Kopf-Einkommen in China bei 9.000 US-Dollar im Vergleich zu 60.000 Dollar in den USA. Die langfristige Logik ist einfach: Trotz zyklischer Schwankungen wird China alles tun, um das Pro-Kopf-Einkommen weiter zu steigern. Dadurch werden sich mehr Menschen ein Auto leisten können, und dafür werden Produktionsanlagen benötigt – am besten von Dürr.

Ähnliches gilt für die Möbelindustrie: Auch ihre Produkte werden in China und anderen Schwellenländern mit zunehmendem Wohlstand immer gefragter. Momentan wird dieser Mechanismus durch den Handelskonflikt mit den USA und Probleme am Immobilienmarkt behindert – das spürt auch HOMAG in China. Langfristig sind wir aber auch im Geschäft mit Holzmaschinen vom Potenzial der Schwellenländer überzeugt.

Chart 18: Zukunftstrends

Meine Damen und Herren,

wir können weder Handelspolitik noch Konjunktur beeinflussen, aber wir haben es in der Hand, uns strategisch so aufzustellen, dass wir unsere Chancen bestmöglich nutzen können. Das tun wir, indem wir uns auf die wichtigsten Zukunftstrends bei unseren Kunden einstellen: zum Beispiel, indem wir Produktionstechnik für Elektroautos entwickeln, oder Applikationstechnik, die Autos zweifarbig lackieren kann

ohne das übliche aufwändige Abkleben mit Folie. Auch den Trend zum autonomen Fahren unterstützen wir, indem wir die dafür benötigten Prüfstände anbieten. Und Produzenten, die kundenindividuelle Möbel in Losgröße 1 fertigen wollen, finden bei HOMAG das beste Angebot.

Chart 19: Strategie/digital@DÜRR

Der wichtigste Zukunftstrend für unsere Kunden ist aber die Digitalisierung, also die digitale Vernetzung der Produktion und die Kommunikation von Maschinen über das Internet. Auf diesem Bild sehen Sie, dass unsere Digitalstrategie digital@DÜRR im Zentrum unserer Konzernstrategie Dürr 2020 steht.

Chart 20: Digitale Produktionsoptimierung

Mit digital@DÜRR untermauern wir unsere Marktführerschaft im Zeitalter der Digitalisierung. Dafür gilt es, eine zentrale Anforderung zu erfüllen: Dürr, Schenck und HOMAG müssen ihren Kunden das beste Angebot für die digitale Optimierung ihrer Produktion machen. Denn darum geht es bei der Digitalisierung: Wir helfen unseren Kunden, Prozesse zu verbessern, indem wir gemeinsam mit ihnen Produktionsdaten messen – zum Beispiel zu Qualität und Materialverbrauch –, diese Daten analysieren und daraus die richtigen Schlüsse ziehen.

Die digitale Optimierung von Fabriken ist eine Chance für uns: Der deutsche Maschinen- und Anlagenbau hat ein tiefes Verständnis für Industrieprozesse und ist Weltmeister, wenn es um Effizienzsteigerungen in der Produktion geht. Weil wir die Prozesse in den von uns ausgerüsteten Werken hervorragend kennen, haben wir die beste Ausgangsposition, um für unsere Kunden Software-Applikationen zur Optimierung dieser Prozesse zu entwickeln. Genau diese Kompetenz erwarten unsere Kunden von uns, in Europa, Amerika und natürlich im riesigen chinesischen Markt. Die Chinesen sind begeistert vom Internet, bezahlen am liebsten per Smartphone und stehen bei der Künstlichen Intelligenz an der Spitze. In diesem Umfeld wird ein Partner wie Dürr, der Digital- und Produktionskompetenz verbindet, geschätzt.

Chart 21: ADAMOS

Mit ADAMOS, unserer Plattform für das industrielle Internet der Dinge, besitzen wir die Infrastruktur für die Verarbeitung großer Datenmengen. Gemeinsam mit unseren

Partnern – darunter die Software AG, die Herr Streibich lange geleitet hat – etablieren wir ADAMOS im Maschinenbau. Zwölf Unternehmen sind schon bei ADAMOS beteiligt, und wir werden bald weitere Zugänge melden können. Ich selbst habe im ADAMOS-Beirat den Vorsitz und kann Ihnen versichern, dass die Aktivitäten von ADAMOS immer mehr Fahrt aufnehmen.

Chart 22: Applikation HOMAG

Im Rahmen von digital@Dürr entwickeln wir mit Hochdruck smarte Applikationen, die unseren Kunden messbaren Mehrwert bringen. Hierzu einige aktuelle Beispiele:

- HOMAG öffnet dem Schreinerhandwerk die Tür zur digitalen Werkstatt: Intelligente Assistenz-Apps rechnen zum Beispiel aus, wie materialsparend gesägt wird oder wie Platten optimal gestapelt werden. Eine digitale Auftragsmappe bildet alle Auftragsdaten ab, von den Maßen eines Schanks bis zu den benötigten Werkzeugen.

Chart 23: DXQequipment.analytics

- Eine auf ADAMOS basierende Applikation für Lackierereien ist **DXQequipment.analytics**. Sie analysiert Produktionsdaten in Echtzeit und erkennt Fehler in Sekundenschnelle. So kann der Betreiber eingreifen, bevor viele Autos falsch lackiert werden. Anhand historischer Daten erstellt die Software selbstständig Empfehlungen für die Zukunft – das ist künstliche Intelligenz made by Dürr.

Chart 24: DXQequipment.maintenance

- Eine weitere Digitalinnovation unterstützt unsere Kunden bei der Wartung von vielen Tausend Komponenten in der Lackiererei. **DXQequipment.maintenance** meldet Wartungstermine, stellt Anleitungen bereit und berechnet Restnutzungszeiten. Das steigert die Verfügbarkeit der Anlage für den Kunden.

Chart 25: F&E-Ausgaben

Meine Damen und Herren,

wir sorgen dafür, dass unsere Pipeline mit Digitalinnovationen weiter gut gefüllt ist. So haben wir unsere Innovationsausgaben 2018 auf den Rekordwert von 121 Mio. € erhöht. Auch organisatorisch passen wir uns an: Wir haben Digitale Fabriken gegründet, in denen wir die Software-Kompetenzen unserer Mitarbeiter bereichsübergreifend bündeln. Damit einhergehend setzen wir auf agile Teams mit flachen Hierarchien, um Softwares schneller zu entwickeln.

So viel zur Digitalisierung. Wir nehmen diese Herausforderung an und sind in einer guten Position, da wir – anders als reine IT-Unternehmen – nicht nur über Software-Kompetenz verfügen, sondern auch die Produktion unserer Kunden verstehen. Gerne laden wir Sie nachher zu einem kleinen Rundgang mit Software-Demonstrationen ein. Bitte begeben Sie sich dazu nach der Hauptversammlung an die Informationstheke.

Chart 26: Ausblick

Zum Abschluss will ich Ihnen noch den Ausblick auf unsere Ziele im laufenden Jahr geben.

Über das erste Quartal darf ich noch nicht viel sagen, da wir den Quartalsbericht erst in einer Woche veröffentlichen. Nur so viel: Wir sind ordentlich ins neue Jahr gestartet und hatten einen guten Auftragseingang.

Wie gesagt erwarten wir auch im weiteren Jahresverlauf anspruchsvolle Rahmenbedingungen. Dennoch überwiegt die Zuversicht. Wir gehen davon aus, dass die Investitionen der Automobil- und Möbelindustrie ungefähr das Volumen des Jahres 2018 erreichen werden. Bei Auftragseingang und Umsatz streben wir 2019 erstmals die Marke von 4 Mrd. € an.

Auch das Ergebnis soll steigen, dafür sprechen nicht zuletzt die positiven Effekte aus den geschilderten Optimierungsmaßnahmen. Konkret wollen wir die EBIT-Marge von 6,0 % in 2018 auf 6,5 bis 7,0 % verbessern. Das Konzernergebnis nach Steuern soll auf 175 bis 190 Mio. € steigen.

Beim Nettofinanzstatus ist zu beachten, dass wir wegen neuer Rechnungslegungsvorschriften erstmals auch Leasingverhältnisse in die Bilanz nehmen müssen. Daher wird der Nettofinanzstatus voraussichtlich negativ ausfallen, obwohl die flüssigen Mittel zunehmen dürften. Auch der Cashflow soll weiter steigen, zumal wir die Mittelbindung in den Vorräten abbauen wollen.

Meine Damen und Herren,

unsere gute Liquiditätssituation erlaubt es uns, nach dem Kauf von Megetc/Universal Ausschau nach weiteren Akquisitionsmöglichkeiten zu halten. Wir werden aber nur akquirieren, wenn das Geschäft zu Dürr passt und der Preis stimmt.

Im Zentrum unserer Strategie wird weiter die digitale Transformation stehen. Der Dürr-Konzern gehört zu den Vorreitern der Digitalisierung im Maschinenbau. Wir verfügen über die Mittel, die technologische Kompetenz und das Produktionswissen, um unsere Kunden auf dem Weg in die digitale Zukunft zu unterstützen. Und wir haben sehr motivierte Mitarbeiter, die in der Digitalisierung des Maschinen- und Anlagenbaus eine faszinierende Herausforderung sehen. Ich habe es eingangs gesagt: Nächstes Jahr wird Dürr 125 Jahre alt – diesem Jubiläum und den kommenden Jahren können wir trotz aller Herausforderungen mit Zuversicht entgegen blicken!

Vielen Dank.