

Ralf W. Dieter

Vorsitzender des Vorstands

Dürr AG

**31. ordentliche Hauptversammlung
der Dürr Aktiengesellschaft**

Bietigheim-Bissingen, 28. Mai 2020

Es gilt das gesprochene Wort.

Chart 1: Willkommen

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, Aktionärsvertreter und Journalisten, liebe Gäste an den Monitoren. Auch im Namen meiner Vorstandskollegen darf ich Sie herzlich begrüßen.

In Zeiten von Corona wird vieles Realität, was bisher undenkbar erschien, zum Beispiel, dass eine ganze Hauptversammlungssaison virtuell stattfindet. Der Gesetzgeber hat die Rechtsgrundlage dafür zügig geschaffen, und das ist angesichts des Ausmaßes der Pandemie auch gut so.

Besonders darf ich unseren Großaktionär Heinz Dürr und seine Frau Heide begrüßen, die unsere Hauptversammlung am Bildschirm verfolgen. Liebe Heide, lieber Herr Dürr, viele Grüße nach Berlin!

Auch allen anderen Teilnehmern danke ich für Ihr Verständnis dafür, dass wir uns für eine virtuelle Hauptversammlung entschieden haben. Für uns ist das Szenario ebenfalls gewöhnungsbedürftig: Während sonst gut 700 Menschen zur Hauptversammlung kommen, sitzen Herr Streibich, Herr Bezler, meine Vorstandskollegen Dr. Jochen Weyrauch und Pekka Passivaara und ich alleine hier, umgeben von einigen Mitarbeitern, die alles organisieren. Aber ich hoffe sehr, dass das die Ausnahme bleibt und wir nächstes Jahr wieder eine Präsenzversammlung durchführen können.

Wir haben alles getan, damit Sie uns am Bildschirm optimal folgen können. Fragen konnten vorab eingereicht werden, wir werden diese nachher mit gewohnter Sorgfalt beantworten. Auch die Ausübung des Stimmrechts ist sichergestellt: Die Stimmabgabe konnte an die Stimmrechtsvertreter delegiert werden oder per Briefwahl erfolgen; alternativ können Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, Ihre Stimme bis unmittelbar vor den Abstimmungen online über das elektronische Abstimmungstool abgeben.

Chart 2: Disclaimer

Chart 3: Auftragseingang, Umsatz

Angesichts der Zäsur, die die Corona-Pandemie bedeutet, erscheint das abgelaufene Geschäftsjahr noch weiter weg, als es im Mai ohnehin der Fall ist. Daher halten wir den Rückblick auf 2019 kurz. Der Dürr-Konzern hat 2019 bei schwierigen Rahmenbedingungen – denken Sie an Handelskonflikte, Konjunkturschwäche und die rückläufige Automobilproduktion – ordentlich abgeschnitten. Der Auftragseingang stieg um 3,7 % und überschritt erstmals die Marke von 4 Mrd. €. Auch der Umsatz erreichte bei 1,3 % Zuwachs mit 3,92 Mrd. € einen neuen Rekord. Für die Zuwächse gab es drei Gründe:

- Erstens konnten wir unser Automobilgeschäft ausbauen, obwohl die Produktion der Branche weltweit um 5 % sank. Ein Erfolgsfaktor waren hohe Investitionen in Produktionstechnik für Elektroautos, hier stieg der Auftragseingang um 44 % auf knapp 400 Mio. €, was das im vergangenen Jahr Gesagte bestätigt: Die Elektromobilität ist eine Chance für uns!
- Der zweite Grund für die Anstiege war, dass wir unsere Wachstumsziele im Umwelttechnikgeschäft erreicht haben. Ich habe Ihnen letztes Jahr die Akquisition von Megtec/Universal vorgestellt. Dieser Zukauf hat sich ausgezahlt: Wir haben unseren Marktzugang deutlich erweitert und den Auftragseingang auf knapp 450 Mio. € gesteigert.
- Der dritte Wachstumstreiber war der Service: In diesem margenstarken Geschäft wuchs der Umsatz um knapp 8 % auf über 1,1 Mrd. €.

Chart 4: Ergebnis

Zum Ergebnis: Wie viele Maschinenbauer mussten wir unsere Erwartungen angesichts der Konjunkturschwäche im Jahresverlauf revidieren, bei der operativen EBIT-Marge – also vor Sondereffekten – von bis zu 7,5 % auf bis zu 6,5 %. Hauptgrund war der Marktrückgang bei der HOMAG Group, die nach einer Phase außergewöhnlich hoher Investitionen mit sinkender Nachfrage und Kostendruck konfrontiert war. Auch bei Measuring and Process Systems ging das Ergebnis unter anderem infolge hoher F&E-Investitionen zurück. Dagegen stieg das operative Ergebnis in der Umwelttechnik und der Lackiertechnik – auch dank guter Erfolge des

Optimierungsprogramms FOCUS 2.0. Im Gesamtjahr erreichten wir eine operative EBIT-Marge von 6,7 %, was mehr ist als noch unterjährig erwartet und auf einer guten Performance im zweiten Halbjahr basierte.

Chart 5: Zukunftssichernde Maßnahmen

Auf die Ergebnissituation bei HOMAG haben wir mit einem Maßnahmenpaket zur Effizienzsteigerung reagiert. HOMAG setzt damit den im Jahr 2014 eingeschlagenen Optimierungskurs fort, baut strukturelle Überkapazitäten ab und verbessert dauerhaft seine Prozesse. Die Maßnahmen sollen ab 2021 Einsparungen von rund 20 Mio. € erbringen und dazu beitragen, dass HOMAG als ein Kraftzentrum des Konzerns ab 2023 eine EBIT-Marge von über 9 % erzielt. Allerdings muss ich einschränken, dass wir noch nicht wissen, wie sich die wirtschaftlichen Folgen der Corona-Pandemie auf das Erreichen der langfristigen Margenziele auswirken werden.

Die Optimierungen bei HOMAG bezeichnen wir als zukunftssichernde Maßnahmen. Das zeigt, worum es geht: nicht kurzfristige Ergebnisorientierung, sondern nachhaltige Verbesserung. Die damit verbundenen Sonderaufwendungen, bei HOMAG waren es 2019 37 Mio. €, sehen wir als Zukunftsinvestition. Insgesamt fielen Sonderaufwendungen von 67 Mio. € für Kaufpreisallokationseffekte und Optimierungen an, woraus eine EBIT-Marge nach Sonderaufwendungen von 5,0 % resultierte.

Das Konzept der zukunftssichernden Maßnahmen wenden wir auch in unseren anderen Konzernteilen an. Anfang 2020 haben wir mit selektiven Strukturmaßnahmen Verlustquellen in der Applikations- und Umwelttechnik bereinigt. Der Anlass dafür war nicht Corona, aber der aus der Corona-Krise resultierende Kostendruck unterstreicht, wie wichtig die Beseitigung von Ineffizienzen für eine zukunftssichere Aufstellung ist.

Chart 6: Bilanz

Die Bilanz zeigt, dass wir gut für die Corona-Krise gewappnet sind. Das Eigenkapital lag Ende 2019 erstmals über 1 Mrd. €, und die Nettofinanzverschuldung war mit 99 Mio. € im grünen Bereich, vor allem

wenn man bedenkt, dass sie wegen neuer Bilanzierungsregeln erstmals Leasingverbindlichkeiten von rund 100 Mio. € beinhaltet. Per Ende März, hat sich der Nettofinanzstatus nochmals leicht auf -65 Mio. € verbessert. Den ordentlichen Nettofinanzstatus verdanken wir guten Cashflows: 2019 lag der operative Mittelüberschuss mit 172 Mio. € leicht über den Erwartungen, im ersten Quartal haben wir mit 69 Mio. € nochmals nachgelegt.

Chart 7: Verfügbare Mittel 1,8 Mrd. €

Unsere Gesamtliquidität lag Ende März mit 857 Mio. € um 45 % über dem Vorjahreswert. Die ungenutzten Fremdmittel betragen sogar 950 Mio. €. Sie setzen sich zusammen aus einer Konsortialkreditlinie über 500 Mio. € und einem kürzlich arrangierten Darlehen über 100 Mio. €. Hinzu kommt eine zweite Konsortialkreditlinie über 350 Mio. €, mit der wir für eine anstehende Refinanzierung vorgesorgt haben: 2021 werden Finanzverbindlichkeiten von 350 Mio. € fällig. Sollte sich eine langfristige Anschlussfinanzierung zu guten Konditionen aufgrund der Krise schwierig gestalten, steht die Kreditlinie mit zweijähriger Laufzeit als Brückenfinanzierung zur Verfügung. So gewinnen wir Zeit, um in Ruhe eine adäquate Refinanzierung zu arrangieren.

In Summe verfügen wir also über freie Mittel in Rekordhöhe von 1,8 Mrd. €. Dank dieses komfortablen Polsters kann ich Ihnen versichern: Dürr ist in der Lage, eine Phase rückläufiger Einnahmen zu verkraften, und wird sicher durch die Krise kommen!

Chart 8: Nachhaltige Finanzierung

Am Finanzmarkt steht Dürr gleichermaßen für Bonität und Nachhaltigkeit. 2019 haben wir als erstes Unternehmen weltweit ein Schuldscheindarlehen platziert, dessen Verzinsung sich an unserer Nachhaltigkeits-Performance orientiert. Konkret sinkt oder steigt der Zinssatz je nachdem, wie sich unser Nachhaltigkeits-Rating entwickelt. Bei der letzten Rating-Feststellung durch EcoVadis im Februar 2020 haben wir uns weiter verbessert und wieder eine Platzierung unter den besten 25 % aller bewerteten Unternehmen erreicht.

Das Schuldscheindarlehen über 200 Mio. € bietet uns mit einem Zins von 0,84 % günstige Konditionen. Auch bei dem 2019 vereinbarten Konsortialkredit konnten wir das niedrige Zinsniveau der Vor-Corona-Zeit nutzen; bei der darin enthaltenen Barlinie über 500 Mio. € ist der Zinssatz ebenfalls an unser Nachhaltigkeits-Rating gekoppelt. Im März dieses Jahres konnten wir uns ein weiteres Sustainability-Schuldscheindarlehen über 115 Mio. € sichern – zu 0,9 %, ein Zinssatz, der im aktuellen Umfeld nicht mehr erreichbar wäre.

Wir haben unsere Liquidität gesichert und sind Vorreiter bei der nachhaltigkeitsorientierten Finanzierung. Man könnte das als typisch schwäbische Kombination aus Risikominimierung und Innovationsgeist bezeichnen. Ab August wird sich unser neuer Finanzvorstand Dietmar Heinrich um diese Themen kümmern. Ich tue das derzeit kommissarisch und freue mich gemeinsam mit meinen Kollegen sehr auf Herrn Heinrich.

Chart 9: Mitarbeiter

Neben der Liquidität kommt es auf die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an, die sich hervorragend auf die Corona-Beschränkungen eingestellt haben, den Kunden auch vom Homeoffice aus zur Seite stehen und alles tun, damit wir unsere Chancen nach der Pandemie wieder nutzen können. Unsere Standorte in China machen das gerade vor, sie befinden sich bereits im Nach-Corona-Modus und holen Umsätze nach. Das ist intern ein wichtiges Signal: Das Geschäft geht weiter, Aufträge, die während der Krise verschoben werden, holen wir uns danach. Die Situation ist herausfordernd, aber wir wissen eine engagierte Mannschaft hinter uns – ob in den Werken, im Homeoffice oder zunehmend auch wieder auf den Baustellen. Dafür danke ich allen im Konzern herzlichst!

Chart 10: Aktie

Zur Aktie: 2019 war von einer Seitwärtsbewegung des Kurses und einer Performance – inklusive Dividende – von 2,8 % geprägt. Nach einem positiven Trend von Oktober bis Mitte Februar dieses Jahres sorgte der Corona-Ausbruch für einen Rückgang, von dem wir uns langsam erholen.

Bei einem Kurs von aktuell gut 21 € sehen fast alle Analysten Aufwärtspotenzial, das Kursziel beträgt im Schnitt knapp 26 € und in der Spitze bis zu 39 €.

Chart 11: Dividende

Der Dividendenvorschlag von 80 Cent je Aktie orientiert sich am Nettoergebnis 2019. Da dieses unter dem 2018er-Niveau lag, schlagen wir eine entsprechende Dividendenanpassung vor. Bei Dürr gibt es angesichts von Corona keine nachträgliche Dividendenkürzung oder gar eine Komplettstreichung. Wir stehen zu dem Dividendenvorschlag vom März und bringen damit unsere Zuversicht zum Ausdruck, dass wir die Krise sicher bewältigen.

Chart 12: TOP 7

Der Dividendenvorschlag steht nachher zur Abstimmung, auch ansonsten enthält die Agenda vor allem wiederkehrende Punkte wie Bestellungen und Entlastungen. Ich gehe nur kurz auf Punkt 7 ein, der aufgrund des Gesetzes zur Umsetzung der zweiten Aktionärsrechterichtlinie – kurz ARUG II – ansteht. Hier schlagen wir eine Satzungsänderung vor, um den veränderten Teilnahmebedingungen bei Hauptversammlungen im Zuge von ARUG II Rechnung zu tragen.

Chart 13: Strategie

Meine Damen und Herren,

die Wirtschaft musste kurzfristig auf die Corona-Krise reagieren und Maßnahmen zum Schutz von Geschäft und Mitarbeitern ergreifen. Aber auch diese Krise wird vorübergehen, und dann steht wieder die nachhaltige Aufstellung für die Zukunft im Fokus. Dafür haben wir die neue Mid-Term-Strategie entwickelt, die seit Anfang 2020 gilt.

Mit der Mid-Term-Strategie wollen wir die Profitabilität steigern und eine EBIT-Marge von mindestens 8 % erreichen. Parallel streben wir ein organisches Umsatzwachstum von 2 bis 3 % jährlich an sowie eine Rendite

auf das eingesetzte Kapital von mindestens 25 %. Solche Ziele setzen ein intaktes Wirtschaftsumfeld voraus, von dem wir angesichts der Pandemie weit entfernt sind. Dennoch stecken wir den Kopf nicht in den Sand, sondern behalten unsere Ziele im Blick. Um sie zu erreichen, setzen wir auf Exzellenz in den hier dargestellten Strategiefeldern.

Chart 14: digital@DÜRR

Unter dem Schlagwort digital@DÜRR bildet die digitale Transformation das Herz unserer Strategie. Im Zeitalter der Digitalisierung wollen wir unsere führenden Marktpositionen sichern und für die Kunden die erste Adresse für die Optimierung ihrer Produktion sein. Dabei haben wir einen zentralen Vorteil gegenüber Wettbewerbern aus der Software-Branche: Wir verbinden Digital-Know-how mit Expertenwissen über Produktionsprozesse – der sogenannten Shopfloor-Kompetenz. Dadurch können wir Applikationen entwickeln, die exakt auf den Bedarf in den Werken der Kunden zugeschnitten sind.

Ein digitales Flaggschiff ist Advanced Analytics, die erste marktreife Applikation, die künstliche Intelligenz zur Optimierung des Lackierprozesses einsetzt. Advanced Analytics kommt bei einem deutschen Autohersteller zum Einsatz und sorgt dort – ohne Übertreibung – für Begeisterung. Die Software identifiziert Fehlerquellen, sagt Wartungsbedarf voraus und erkennt durch maschinelles Lernen Zusammenhänge. Künstliche Intelligenz ist einer der wichtigsten Aspekte bei der Digitalisierung; dass wir hier gut aufgestellt sind, belegt auch eine Studie der RWTH Aachen, die uns einen Spitzenplatz beim Einsatz künstlicher Intelligenz attestiert.

Chart 15: ADAMOS

Von Schenck und HOMAG könnte ich Ihnen ähnliche Digitalinnovationen vorstellen. Da dies aber den Rahmen sprengen würde, will ich mich auf zwei andere Bausteine von digital@Dürr beschränken:

1. Die digitale Transformation geht bei Dürr einher mit einer internen Transformation: Statt Bereichsgrenzen setzen wir auf Kollaboration und schaffen Freiraum für Entwickler. Beispiele sind übergreifende Digital

Factories, agile Arbeitsmethoden oder Hackathons. So sind wir als Arbeitgeber attraktiv für Digitalexperten und fördern Innovation.

2. Die Digitalisierung ist eine Mammutaufgabe, die wir mit Kooperationen wie dem von uns mitgegründeten ADAMOS-Verbund angehen. ADAMOS hat sich als Kooperationsplattform im Maschinenbau etabliert und steht für einen regen Austausch zu Digitalthemen und für gemeinsame App-Entwicklung. Neben IoT-Technologie bietet ADAMOS auch Digitalberatung und Konnektivitätslösungen wie den ADAMOS HUB zur Vernetzung unterschiedlicher Maschinenfabrikate. Wie attraktiv ADAMOS ist, zeigt sich dadurch, dass mit PriceWaterhouseCoopers Deutschland zuletzt ein echtes Schwergewicht der Beratungsszene als Miteigentümer beigetreten ist.

Chart 16: Global Presence

Kommen wir zu den weiteren Strategiefeldern, die um digital@DÜRR herum gruppiert sind. Das Feld Global Presence definiert, wie wir unser weltweites Konzernnetzwerk bestmöglich nutzen können. Zentrale Maßnahmen sind die weitere Lokalisierung unserer Produkte, die Arbeitsteilung unserer Standorte in Engineering, Beschaffung und Produktion oder der Aufbau global verantwortlicher Kompetenzzentren für spezielle Technologien.

Chart 17: Innovation

Das nächste Strategiefeld – Innovation – gehört zur DNA von Dürr. Unser Innovationsmanagement adressiert zwei übergeordnete Ziele der Kunden, nämlich Nachhaltigkeit und Effizienz in der Produktion, sei es durch geringe Emissionen und Verbräuche oder durch flexible und skalierbare Fabriken. Einige Innovationsbeispiele sehen Sie hier:

- Für maximale Flexibilität sorgt unser neues Konzept der „Lackiererei der Zukunft“. Anstelle starrer Lackierlinien setzt es auf Einzelboxen, die mit fahrerlosen Transportsystemen individuell angesteuert werden. Dieses Konzept stößt auf reges Interesse bei unseren Automotive-Kunden.

- Ein ähnliches, frei steuerbares Transportsystem hat HOMAG mit dem TransBot entwickelt, er ist ein wichtiger Baustein des digital gesteuerten Materialflusses in Möbelwerken.
- Auch für den Megatrend der Elektromobilität stellen wir innovative Produktionslösungen zur Verfügung, zum Beispiel die Auswuchtanlage eTENO für Elektromotoren, Roboterapplikationstechnik für die Herstellung von Batteriemodulen oder eine Technologie zur Beschichtung von Elektroden für Lithium-Ionen-Batterien.

Chart 18: Innovationspreis

Besonders stolz sind wir auf das im letzten Jahr vorgestellte Roboter-Lackiersystem **EcoPaintJet** für die oversprayfreie Zweifarblackierung. Das völlig neuartige Verfahren sorgt für viel Aufsehen bei den Kunden, und zuletzt erhielten wir dafür den Deutschen Innovationspreis in der Kategorie Großunternehmen – eine nicht alltägliche Auszeichnung und eine tolle Bestätigung für unsere Entwickler.

Chart 19: Efficiency

Zum Strategiefeld Efficiency zählen alle Initiativen, die unsere Prozesse verbessern und die Effizienz der Organisation erhöhen. Wichtige Ansatzpunkte sind Synergien bei Zentralfunktionen, die Zusammenlegung kleinerer Gesellschaften und die Bündelung von Aktivitäten an größeren Standorten. Auch die Mitarbeiter stehen im Fokus: Durch effiziente Methoden wie Lean Management, ein leistungsförderndes Arbeitsumfeld, neue digitale Prozesse und viel Selbstbestimmung versetzen wir sie in die Lage, mit weniger Aufwand bessere Ergebnisse zu erzielen.

Chart 20: Service

Das Feld Life Cycle Services hat doppelte strategische Bedeutung, da der Service attraktive Margen generiert und die Kundenbindung stärkt. Um einen Service-Anteil von bis zu 30 % am Umsatz zu erreichen, entwickeln wir Angebote für den gesamten Lebenszyklus unserer Anlagen und nutzen die Digitalisierung: Durch die digitale Analyse von Maschinendaten können wir

Kunden individuelle Optimierungsvorschläge unterbreiten, zudem entwickeln wir digitale Nachrüstungskonzepte für bestehende Werke.

Chart 21: Nachhaltigkeit

In der neuen Mid-Term-Strategie haben wir erstmals die Nachhaltigkeit als Leitbild verankert. Nachhaltigkeit wird für unseren Geschäftserfolg immer wichtiger, denn die Kunden messen uns zunehmend daran, wie weit unsere Produktionstechnik sie auf dem Weg zur klimaneutralen Produktion voranbringt. Auch unsere Vertrauenswürdigkeit als Arbeitgeber, Partner am Kapitalmarkt und Akteur im öffentlichen Raum setzt voraus, dass wir verantwortlich, transparent und nachhaltig handeln. Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst: Unter der Leitung meines Kollegen Dr. Jochen Weyrauch stellen wir unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten neu auf und installieren eine Sustainability-Organisation mit klarer Strategie.

Chart 22: Akquisitionen

Fester Bestandteil unserer strategischen Agenda sind auch Akquisitionen, mit denen wir uns Wachstumspotenziale und Technologiezugang sichern. Diesen Kurs behalten wir auch in der aktuellen Situation bei, 2020 sind wir bereits zwei Mal aktiv geworden:

- Mit dem Kauf der Spezial-Software-Firma Techno-Step haben wir unser Digitalportfolio in der Lackiertechnik abgerundet. Dadurch sind wir besser in der Lage, auch Fremdanlagen und ältere Roboter digital zu vernetzen.
- Eine größere Transaktion war die Übernahme sämtlicher Anteile an dem Vertriebs-Joint-Venture HOMAG China Golden Field. Damit verfügt HOMAG über die stärkste Vertriebs- und Service-Mannschaft in China und kann von der erwarteten Erholung in der Möbelindustrie profitieren.

Meine Damen und Herren,

erlauben Sie mir, mich kurz an unseren scheidenden Aufsichtsratsvorsitzenden zu wenden. Lieber Herr Streibich, wir bedauern Ihr Ausscheiden, haben aber Verständnis, da wir wissen, wie viel Ihnen die Software AG, deren Aufsichtsratsvorsitz Sie anstreben, bedeutet. Bei Dürr

waren Sie der richtige Aufsichtsratschef zur richtigen Zeit: Als Kenner der IT-Branche haben Sie wichtige Impulse für unseren Weg ins digitale Zeitalter gegeben und sich aktiv eingebracht. Dafür danke ich Ihnen herzlichst, verbunden mit den besten Wünschen für das neue Amt.

Zugleich würde ich mich, ohne dem Aufsichtsrat vorgreifen zu wollen, über die Wahl von Herrn Federer als Nachfolger freuen. Er bringt viel Industrieerfahrung mit und ist als bisheriger Vorsitzender des Prüfungsausschuss bestens mit unserem Unternehmen vertraut.

Chart 23: Q1

Meine Damen und Herren,

im ersten Quartal wurde hauptsächlich unser Chinageschäft durch Corona beeinträchtigt. Vor allem der dortige Lockdown ließ den Konzernumsatz um 11 % sinken. Bei den Bestellungen verhielt es sich anders: Trotz Corona gingen in China zwei Großaufträge von Herstellern von Batteriefahrzeugen ein. Dass der Auftragseingang dennoch um 24 % sank, resultierte besonders aus der kurzfristigen Verschiebung eines Großauftrags in Europa; diesen Auftrag hatten wir im März erwartet, wir rechnen nun im weiteren Jahresverlauf damit.

Beim Ergebnis machte sich bemerkbar, dass viele Werke von Kunden stillstanden oder gering ausgelastet waren. Dadurch sank die Nachfrage im Ersatzteil- und Service-Geschäft, was im Verbund mit dem niedrigeren Umsatz zu einem operativen EBIT von 32,6 Mio. € führte. Die Sonderaufwendungen betragen 9,7 Mio. € und entfielen auf Kaufpreisallokationseffekte und die zukunftssichernden Maßnahmen in der Umwelt- und Applikationstechnik. Nach Sonderaufwendungen ergab sich im Auftaktquartal ein EBIT von 22,9 Mio. €.

Erfreulich ist, dass der Auftragsbestand Ende März mit 2,7 Mrd. € auf hohem Niveau lag und wir trotz Corona keine nennenswerten Stornierungen verzeichnen. Essentiell sind außerdem, wie angesprochen, der positive Cashflow im ersten Quartal und die freien Mittel auf dem Rekordniveau von

1,8 Mrd. €. Ich kann nur wiederholen: Wir sind robust aufgestellt und werden die Verwerfungen durch Corona meistern – auch weil wir die Kosten dem rückläufigen Geschäftsvolumen anpassen, zum Beispiel durch Reduktionen bei Arbeitszeiten, externen Arbeitskräften, Ausgaben und Investitionen. Diese Maßnahmen werden im Jahresverlauf immer stärker wirksam.

Chart 24: Ausblick

Im zweiten Quartal haben sich die Corona-Auswirkungen auf unser Geschäft verstärkt, wir rechnen mit deutlichen Rückgängen bei Umsatz und Auftragseingang und können einen Verlust und einen negativen Cashflow nicht ausschließen. Allerdings dürfte das zweite Quartal auch den Tiefpunkt markieren, bevor wir im zweiten Halbjahr eine langsame Erholung erwarten. Eine präzise Jahresprognose können wir angesichts der volatilen Lage derzeit nicht treffen, werden dies aber baldmöglichst nachholen.

Trotz der Rezession, die Corona nach sich zieht, sehen wir auch die Chancen nach der Krise, wenn viele Investitionen, die derzeit auf Eis liegen, nachgeholt werden. China zeigt, dass sich jenseits von Corona Chancen bieten. Auf die E-Mobility-Projekte und den Elan an den chinesischen Standorten habe ich hingewiesen. Zudem waren die Autoverkäufe in China im April teils besser als erwartet. Wohlhabende Kunden geraten wieder in Kauflaune; zugleich steigt die Zahl derer, die sich erstmals ein Auto zulegen, weil man darin besser Abstand halten kann als in einer vollen U-Bahn. Das ist der klassische Fall einer aus der Krise erwachsenden Chance.

Auch bei HOMAG ist Zuversicht erlaubt: Die Phase vor Corona war von verhaltenen Investitionen der Möbelindustrie geprägt. Vieles spricht dafür, dass sich der Investitionsstau nach der Pandemie vor allem in China auflösen wird.

Chart 25: Abschluss

Meine Damen und Herrn,

Wir sind stark genug, um die Krise zu meistern – dank hoher liquider Mittel, Effizienzsteigerungen sowie einer tollen und flexiblen Mannschaft. Wir

navigieren umsichtig durch die Krise und richten den Dürr-Konzern so aus, dass wir von den großen Zukunftstrends profitieren:

- Beim Thema **Nachhaltigkeit** sind wir ein Schlüsselpartner für energieeffiziente und klimaneutrale Fertigungsprozesse.
- Die **Elektromobilität** generiert zusätzliche Nachfrage für unsere Technik.
- Und die **digitale Transformation** – das Herzstück unserer Strategie – ist eine Chance: Wir vereinen Produktions-Know-how und Digitalkompetenz und machen die Fabriken unserer Kunden intelligent.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit und freue mich darauf, Sie nächstes Jahr bei uns in Bietigheim wieder zu sehen. Bleiben Sie gesund.