

Rede zur virtuellen Hauptversammlung

Krones AG | 17. Mai 2021



Norbert Broger
Finanzvorstand



Christoph Klenk
Vorstandsvorsitzender



„Das Unternehmen hat ausreichend finanziellen Spielraum, um gestärkt aus der Pandemie hervorzugehen und die nötigen Wachstums- und Zukunftsinvestitionen zu tätigen. Außerdem haben wir frühzeitig auf die Megatrends – Nachhaltigkeit und Digitalisierung – gesetzt.“

Christoph Klenk

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Namen des Vorstands begrüße ich Sie ganz herzlich zur virtuellen Hauptversammlung 2021 der Krones AG. Dies ist die zweite Hauptversammlung, die aufgrund der Covid-19-Pandemie ohne Präsenz der Aktionäre stattfindet. Nach mehr als einem Jahr Corona gehören digitale Treffen zum Alltag. Eine virtuelle Hauptversammlung ist aber weiterhin eine besondere Situation für uns. Denn bei allen technischen Möglichkeiten fehlt einfach das Flair einer Präsenzveranstaltung und der persönliche Austausch mit Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre. Ich hoffe sehr, dass wir die Corona-Krise bald hinter uns haben und wir Sie im kommenden Jahr wieder persönlich vor Ort bei uns in Neutraubling begrüßen können.

Im Folgenden werden Norbert Broger und ich Sie über die

wesentlichen Themen des Geschäftsjahres 2020 und die weiteren Aussichten informieren. Beim Blick nach vorne erörtern wir Ihnen die Wachstumschancen und die Mittelfristziele von Krones. Der erste Teil unseres Berichts ist von den Auswirkungen der Corona-Krise geprägt, die unsere Geschäfte 2020 stark beeinflusste. Im zweiten Teil werden wir Ihnen darstellen, wie Krones die Zukunft meistern und die möglichen Chancen nutzen wird.

Insgesamt hat Krones die Pandemie 2020 jedoch gut gemeistert. Das stabile Fundament des Unternehmens hat auch in der Krise Halt gegeben. Krones verfügte stets über ausreichend finanzielle Mittel und war nicht auf staatliche Unterstützung angewiesen. Als großer Vorteil erwiesen sich 2020 die dezentralen Strukturen von Krones. Wir haben in mehr als 70 Ländern der Welt Standorte und Mitarbeiter. So konnten wir die Kunden mit Produkten und Dienstleistungen versorgen, die sie zur Aufrechterhaltung ihrer Produktion benötigten. Darüber hinaus setzen wir digitale

Produkte und Lösungen ein. Dies war besonders im Service sehr hilfreich. So konnten wir die Kunden qualifiziert bei der Behebung von Problemen per Fernwartung unterstützen, wenn die lokalen Ressourcen nicht ausreichend waren.

Nach diesem kurzen Überblick jetzt zum Markt und unseren Kunden und wie sich die Covid-19-Pandemie ausgewirkt hat.

Anders als in den vergangenen Jahren, als der weltweite Verbrauch von abgepackten Getränken stetig gestiegen ist, war der Konsum 2020 rückläufig. Das hat es in der Vergangenheit noch nie gegeben. Nicht einmal während der Finanzkrise 2009 ist der Getränkekonsum zurückgegangen.

Die Lockdowns und Einschränkungen im Gastronomiebereich hatten starke Auswirkungen auf den Getränkekonsum in Bars und Restaurants. So schrumpfte beispielsweise der globale Bierkonsum im Vergleich zum Vorjahr um rund 12%. Insgesamt ging der globale Verbrauch abgepackter Getränke 2020 um 5,4% zurück.

Hierbei handelt es sich aber nur um eine Corona-Delle. Mittel- und langfristig wird der Konsum wieder steigen. Für den Zeitraum von 2020 bis 2025 rechnen Marktforscher mit einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von mindestens 1,4% bei abgepackten Getränken.

Für unsere Kunden ist nicht nur die verkaufte Menge an Getränken wichtig, sondern auch der Absatzkanal. In diesem Chart können Sie an den blauen Balken sehen, dass der Anteil der Getränkemege, die unsere Kunden an die von Covid-19 stark betroffene Gastronomie normalerweise verkaufen, zwischen 25 und 40% liegt. Für die Profitabilität unserer Kunden ist der Absatzkanal »Gastronomie« noch wichtiger. Hier trägt sie zwischen 30 und 50% bei. Insgesamt konnte der höhere Absatz in Supermärkten den Lockdown-bedingten Rückgang des profitableren Umsatzes bei den Gastronomiebetrieben 2020 nicht ausgleichen. Mittlerweile haben sich die Getränkehersteller auf die Situation besser eingestellt und die Auswirkungen auf die Profitabilität sind nicht mehr so gravierend wie zu Beginn der Pandemie.

Der Druck auf den Absatz und die Gewinnmargen wirkt sich auf das Investitionsverhalten unserer Kunden aus. Dies ist das wichtigste Ergebnis der Kundenbefragungen, die wir im Herbst 2020 durchführten. Hierfür sprachen meine Vorstandskollegen und ich mit dem Top-Management von etwa 50 internationalen Unternehmen. Viele der Kun-

den äußerten sich aufgrund der Covid-19-Pandemie sehr zurückhaltend hinsichtlich geplanter Investitionen in den kommenden zwei Jahren.

Da wir uns schnell auf die aktuellen Bedürfnisse der Kunden einstellen konnten, hat Krones selbst in dem von Corona geprägten Jahr große und sehr anspruchsvolle Kundenaufträge erhalten. Beispielsweise haben wir für den US-Getränkekonzern Niagara einen Auftrag für neun komplette Abfülllinien im Wert von knapp 70 Mio. € erhalten.

Bemerkenswert ist sicher auch ein weiterer Auftrag von Clorox in USA, mittlerweile die zweite Linie zur Verpackung von Desinfektionstüchern. Wir haben hier die wesentlichen Teile der Anlage geliefert und diese in kürzester Zeit installiert. Der Auftrag hatte einen Wert von knapp 20 Mio. €.

Krones hat 2020 aufgrund des veränderten Marktumfelds infolge der Pandemie die Strategie für die kommenden Jahre angepasst. Um die Zukunft des Unternehmens erfolgreich zu gestalten, sind zwei Kernaufgaben zu bewältigen: Zunächst muss Krones die aktuell noch schwierige wirtschaftliche Situation bestmöglich meistern. Damit sichern wir unsere Zukunft. Parallel hierzu denken wir nach vorne, um für die bevorstehende Erholung unserer Märkte gerüstet zu sein. Mit Innovationen und Investitionen für ein weiteres Wachstum schaffen wir die Basis für eine erfolgreiche Zukunft.

Zunächst gehe ich auf den Punkt »**Zukunft sichern**« etwas genauer ein, bevor ich später die zweite Säule »**Zukunft schaffen**« ausführlicher erläutere.

Die Erkenntnisse aus den Kundenbefragungen stammen aus dem Herbst 2020. Mittlerweile hat sich die Corona-Situation aufgrund der globalen Impfungen leicht entspannt und viele Unternehmen, wie auch wir, blicken wieder optimistisch in die Zukunft. Dennoch rechnen wir nicht damit, dass unser Umsatz nach dem Corona-bedingten Rückgang 2020 schnell wieder das Vorkrisen-Niveau erreicht.

Die 2019 eingeleiteten und bereits erfolgreichen Kostensparmaßnahmen reichen nicht aus, um das Unternehmen auf diese Situation einzustellen. Damit Krones weiter wettbewerbsfähig und langfristig erfolgreich bleibt, müssen wir unsere Kapazitäten dem kurz- und mittelfristig erwarteten Geschäftsvolumen anpassen. Hierzu ist es leider auch nötig, Personal abzubauen.

Die Kapazitäten hat Krones 2020 über vier wesentliche Maßnahmen angepasst: den Abbau von über 600 Zeitarbeitnehmern, den Abbau von Überstunden, die Nutzung von Kurzarbeit und den Abbau von eigenen Mitarbeitern.

Zusätzlich zu dem 2020 realisierten Personalabbau von rund 600 Mitarbeitern im Konzern haben weitere rund 400 Beschäftigte bis Ende November 2020 individuelle und freiwillige Angebote zur Beendigung des Arbeitsverhältnisses angenommen. Darüber hinaus beschloss der Vorstand im Dezember 2020, abhängig vom Geschäftsverlauf 2021, bis zu 350 weitere Stellen an den inländischen Standorten so sozialverträglich wie möglich abzubauen. Diese Entscheidung ist dem Vorstand äußerst schwergefallen, sie war trotzdem unvermeidbar. Mit Stand April gehen wir aber davon aus, diese Größenordnung nicht vollständig auszuschöpfen.

Die Anpassung der Kapazitäten in Deutschland ändert nichts daran, dass der Standort Deutschland für Krones auch in Zukunft sehr wichtig ist und bleibt.

Trotz dieser Einschnitte: Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Krones bleiben der entscheidende Faktor für den Erfolg des Unternehmens. Ungeachtet der schwierigen Situation im abgelaufenen Jahr waren der Zusammenhalt und das Engagement in der Belegschaft beeindruckend. Deshalb geht mein Dank an alle unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit.

Das Geschäftsjahr 2020

Nun übergebe ich das Wort an Norbert Broger, der Sie über die wesentlichen Zahlen des Geschäftsjahres 2020 informieren wird.

Norbert Broger

Guten Tag meine sehr geehrten Damen und Herren. Auch ich begrüße Sie ganz herzlich zu unserer virtuellen Hauptversammlung. Im Folgenden erläutere ich Ihnen die wesentlichen Finanzkennzahlen des Geschäftsjahres 2020, die, wie bereits erwähnt, stark von Corona beeinflusst waren.

Der **Auftragseingang** verringerte sich 2020 im Vergleich zum Vorjahr um 19 % auf 3,3 Mrd. €, der **Konzernumsatz** ging um 16 % ebenfalls auf 3,3 Mrd. € zurück. Mit 4,0 % lag die **EBITDA-Marge** unter dem Vorjahreswert von 5,7 %. Positiv hat sich der **Free Cashflow** entwickelt. Er

verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahr um 315 Mio. € auf 221 Mio. €.

Nach dem kurzen Rückblick auf die wichtigsten Kennzahlen jetzt zum **Auftragseingang** des vergangenen Jahres.

Das unsichere gesamtwirtschaftliche Umfeld bremste die Investitionsbereitschaft der Kunden. Besonders in den ersten beiden Quartalen 2020 waren die Orders deutlich rückläufig. Im dritten Quartal zogen die Kundenbestellungen wieder an. Dies setzte sich im vierten Quartal mit einem Auftragseingang von rund 1 Mrd. € beschleunigt fort. Insgesamt verringerte sich der Auftragseingang 2020 im Vergleich zum Vorjahr um 19,0 % von 4,08 Mrd. € auf 3,31 Mrd. €.

Ende 2020 hatte Krones Aufträge im Wert von 1,21 Mrd. € in den Büchern. Damit lag der **Auftragsbestand** um 12,6 % niedriger als im Vorjahr.

Kommen wir nun zum **Umsatz**, der sich 2020 im Vergleich zum Vorjahr um 16,1 % von 3,96 Mrd. € auf 3,32 Mrd. € verringerte. Damit sank der Umsatz etwas weniger als wir es Anfang November 2020 mit minus 17 % prognostiziert hatten.

Krones hatte bereits 2019 umfangreiche Maßnahmen zur Kostensenkung eingeleitet. Dadurch konnten wir die Auswirkungen des Umsatzrückgangs auf das Ergebnis begrenzen. Das **Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** sank zwar von 227,3 Mio. € im Vorjahr auf 133,2 Mio. € und die **EBITDA-Marge** von 5,7 % auf 4,0 %. Dabei ist aber zu berücksichtigen, dass wir 2020 insgesamt rund 72 Mio. € für Personalmaßnahmen zur Kapazitätsanpassung als Einmaleffekt verbucht haben. Ohne diese Aufwendungen lag die EBITDA-Marge mit 6,2 % leicht über dem zuletzt prognostizierten Niveau von 5,5 bis 6,0 %.

Das **Ergebnis vor Steuern (EBT)** verringerte sich von 41,7 Mio. € im Vorjahr auf minus 36,6 Mio. €. Außerordentliche Effekte haben das EBT mit insgesamt rund 80 Mio. € negativ beeinflusst. Diese Zahl errechnet sich aus den bereits genannten Aufwendungen für die Personalmaßnahmen von rund 72 Mio. € sowie Abschreibungen auf Firmenwerte von etwa 18 Mio. €. Mit rund 10 Mio. € schlugen Wertanpassungen von Kaufpreisverpflichtungen aus früheren Akquisitionen positiv beim EBT zu Buche. Ohne diese einmaligen Effekte lag die **EBT-Marge** 2020 bei 1,3 %.

Das **Konzernergebnis** von Krones betrug minus 79,7 Mio. €

nach einem Plus von 9,2 Mio. € im Vorjahr. Damit musste Krones erstmalig seit der Finanzkrise einen Verlust ausweisen.

Nun zu einem ganz wesentlichen Punkt, der immer in Krisenzeiten eine besondere Relevanz bekommt: unserer Finanzkraft. Krones erwirtschaftete 2020 trotz der schwierigen Bedingungen einen **Free Cashflow** von 221,3 Mio. € und damit 315,7 Mio. € mehr als im Vorjahr. Aufgrund des stark verbesserten Free Cashflows verfügte Krones Ende 2020 über **liquide Mittel** von 217 Mio. €. Die **Nettoliiquidität**, also die liquiden Mittel abzüglich Bankschulden, verbesserte sich deutlich von 38,1 Mio. € im Vorjahr auf 184,9 Mio. €. Darüber hinaus stehen dem Konzern freie Kreditlinien in Höhe von insgesamt rund 1 Mrd. € zur Verfügung. Die Eigenkapitalquote lag bei soliden 39,4 %.

Damit sind die wesentlichen Ziele des Krones Finanzmanagements, die hohe Finanzkraft und Unabhängigkeit zu erhalten, auch in der Corona-Krise gestärkt worden.

Eine besondere Herausforderung stellte das Management unseres **Working Capitals** – unserer dritten Zielgröße neben Wachstum und EBITDA-Marge – dar. Im Spannungsfeld einbrechender Märkte und drastisch fallender Umsätze verbunden mit der gleichzeitigen Notwendigkeit, die Lieferketten unter Lockdown-Bedingungen und temporären Grenzsicherungen zu stabilisieren, erforderte dies besondere Aufmerksamkeit. Trotz Verbesserungen im Working Capital erhöhte sich – wegen des stark gesunkenen Umsatzes 2020 – das durchschnittliche Working Capital der vergangenen vier Quartale in Relation zum Umsatz von 26,9 % im Vorjahr auf 28,3 %. Das für 2020 prognostizierte Ziel von 28 % bis 29 % hat Krones aber erreicht.

Abschließen möchte ich mit einem kurzen Blick auf die Segmente.

Segmente

Im Kernsegment »**Maschinen und Anlagen zur Produktabfüllung und -ausstattung**« verringerte sich der Umsatz 2020 im Vergleich zum Vorjahr um 14,3 % auf 2,79 Mrd. €. Trotz rückläufiger Umsätze konnte Krones die operative Ertragskraft des Kernsegments 2020 stabil halten. Die strukturellen Maßnahmen, die das Unternehmen im zweiten Halbjahr 2019 einleitete, um die Kosten zu senken, wirkten sich im Berichtszeitraum positiv auf das Ergebnis aus. Auch der Produktmix kam der Ertragskraft des Segments zugute, denn die Serviceumsätze waren weniger rückläufig

als die Erlöse aus Neumaschinen. Das **Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** ging zwar im Vergleich zum Vorjahr von 218,5 Mio. € auf 171,5 Mio. € zurück. Dies entspricht einer **EBITDA-Marge** von 6,1 % (Vorjahr: 6,7 %). Dabei ist aber zu berücksichtigen, dass mit knapp 66 Mio. € ein Großteil der Aufwendungen für Personalmaßnahmen von insgesamt rund 72 Mio. € im Kernsegment anfiel und dies das EBITDA und die EBITDA-Marge des Segments beeinflusste.

Die Geschäfte des Segments »**Maschinen und Anlagen zur Getränkeproduktion/Prozesstechnik**«, in dem die Aktivitäten der Prozesstechnik und der Intralogistik zusammengefasst sind, wurden 2020 stärker von der Corona-Krise belastet als das Kernsegment. Die Prozesstechnik litt unter der Corona-bedingt schwierigen Situation der internationalen Brauereien. Im Bereich Intralogistik beeinflusste der Lockdown in Italien die Geschäfte unserer Tochtergesellschaft System Logistics insbesondere im ersten Halbjahr.

Der Umsatz des gesamten Segments verringerte sich 2020 im Vergleich zum Vorjahr um 24,2 % auf 525,4 Mio. €.

Das **Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** ging von 8,8 Mio. € im Vorjahr auf minus 38,3 Mio. € zurück. Darin spiegelt sich insbesondere die schlechte Lage der Brauereien wider. Der Bereich Intralogistik hat im zweiten Halbjahr wieder Gewinne erzielt, die jedoch die Verluste des ersten Halbjahres nicht komplett kompensieren konnten. Aufwendungen für die Personalmaßnahmen beeinflussten das EBITDA des Segments mit rund 6 Mio. €.

Nach diesem Rückblick auf die wesentlichen Zahlen von 2020 darf ich jetzt das Wort wieder an Christoph Klenk übergeben.

Christoph Klenk

Dividende und Aktie

Danke Norbert. Ich komme nun zu zwei Themen, die für Sie, unsere Aktionärinnen und Aktionäre von besonderer Bedeutung sind: die Dividende und der Aktienkurs.

Zuerst zur **Dividende**: Die langfristige Dividendenpolitik von Krones sieht vor, 25 % bis 30 % des Konzernergebnisses an die Aktionäre auszuschütten. Aufgrund des negativen Konzernergebnisses im abgelaufenen Geschäftsjahr, schlugen Vorstand und Aufsichtsrat der heutigen Hauptversammlung unter Tagesordnungspunkt 2 vor, für das

Geschäftsjahr 2020 nur die gesetzliche Mindestdividende von 4 % des Grundkapitals, also insgesamt 1,9 Mio. € oder 6 Cent je Aktie, auszuschütten. Der übrige Bilanzgewinn des Geschäftsjahres 2020 soll auf neue Rechnung vorgetragen werden.

Krones ist es grundsätzlich sehr wichtig, dass sich unsere Aktionärinnen und Aktionäre auf eine stetige Ausschüttung verlassen können. Deshalb war der Einschnitt bei der Dividende für Vorstand und Aufsichtsrat eine schwierige Entscheidung. Wir denken allerdings, dass diese Maßnahme aufgrund des extrem schwierigen Corona-Jahres 2020 angemessen ist. Im laufenden Jahr, wie Norbert Broger später aufzeigen wird, haben wir, Stand April, eine gute Grundlage geschaffen, um insbesondere unser Ergebnisziel zu erreichen. Aus diesem Ergebnis werden wir dann für 2021 wieder eine angemessene Dividende bezahlen.

Damit komme ich zu der Entwicklung des Aktienkurses.

Aktie

Das Börsenjahr 2020 war nahezu ausschließlich von der Corona-Pandemie geprägt. Am 24. Januar erreicht die Krones Aktie mit 75,50 € noch den **Höchstkurs** im abgelaufenen Jahr. Danach geriet unser Papier in den allgemeinen Abwärtsstrudel an den Börsen. Den **Tiefstkurs** im Jahr 2020 markierte die Krones Aktie, Corona-bedingt, am 23. März bei 41,92 €. Von April bis Juni ging es dann wieder zügig Richtung 60 €, bevor das Papier im dritten Quartal wegen der zweiten Corona-Welle unter Druck geriet und danach zwischen 50 € und 60 € pendelte.

Mit der Veröffentlichung der 9-Monats-Zahlen Anfang November und dem Capital Market Day am 12. November ging es mit der Krones Aktie wieder deutlich nach oben. In den letzten beiden Monaten des Jahres legte die Aktie von knapp unter 50 € auf den **Jahresendkurs** von 66,05 € zu und notierte damit nur noch 2,1 % unter dem **Jahresanfangskurs** von 67,50 €. Inklusiv der Dividende von 0,75 € erzielte die Krones Aktie 2020 eine Performance von minus 0,9 %. Der SDAX, dem Krones seit 2018 angehört, war auch 2020 mit einem Plus von 18,0 % wieder der Top-Performer der DAX-Familie. Der starke Anstieg des SDAX wurde hauptsächlich von Online-Händlern wie Home24, Global Fashion Group und zooplus getrieben, die von der Corona-Pandemie stark profitierten. Deren Aktien konnten teilweise um mehrere hundert Prozent zulegen.

Seit Jahresbeginn 2021 entwickelt sich die Krones Aktie

wieder aufwärts. Dazu beigetragen haben die im Februar veröffentlichten Vorabzahlen für das Geschäftsjahr 2020 sowie im Mai die Bekanntgabe der Zahlen für das erste Quartal 2021.

Nach dem von Corona beeinflussten Börsenjahr 2020 blicken die Investoren nun wieder mehr auf die fundamentale Entwicklung von Unternehmen. Das stimmt uns optimistisch, dass der Kurs der Krones Aktie im laufenden Jahr die unterdurchschnittliche Entwicklung des vergangenen Jahres ablegt und sich parallel zur positiven Performance des Unternehmens entwickelt.

Was macht uns zuversichtlich? Die Antwort ist klar und einfach: Die Aussichten für ein nachhaltiges und profitables Wachstum von Krones nach dem Krisenjahr 2020 sind sehr gut.

Krones profitiert von Megatrends

So sind wichtige Megatrends, wie die steigende Weltbevölkerung, die wachsende Mittelschicht sowie die Urbanisierung, weiter intakt. Sie werden dazu führen, dass die Nachfrage nach Verpackungsmaschinen für Getränke und Nahrungsmittel mittel- und langfristig stabil steigt.

Wie sich die verschiedenen Megatrends auf unsere Märkte auswirken und wie Krones die Wachstumschancen nutzt, wollen wir Ihnen kurz anhand von drei Beispielen aufzeigen.

Beginnen wir mit **Afrika**. Dieser Kontinent wird von vielen Experten als die »globale Wachstumsstory« der nächsten Jahrzehnte bezeichnet. Allein bis 2040 wird die Bevölkerung in Afrika um rund 700 Millionen Menschen wachsen. Dieser Anstieg entspricht in etwa der derzeitigen Bevölkerung von Europa.

Um die Chancen zu nutzen, die sich durch das starke Bevölkerungswachstum ergeben, baut Krones sein Vertriebs- und Servicenetzwerk über den gesamten Kontinent bereits seit Jahren kräftig aus. Hierbei spielt die Gewinnung von Mitarbeitern aus der Region eine wichtige Rolle. Deshalb investiert Krones in Afrika stark in die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter vor Ort. Aktuell beschäftigt Krones fast 700 Mitarbeiter über ganz Afrika verteilt und erzielt ca. 15 % seines Umsatzes in dieser Region.

Ein weiterer bedeutender Wachstumsmarkt für Krones ist **Asien**. Mit 4 Mrd. Menschen ist diese Region mittel- und

langfristig der wichtigste Markt für Krones.

Im »etablierten« Wachstumsmarkt Asien setzt Krones ebenfalls auf gut ausgebildetes Personal aus der Region. Seit 2016 stockte Krones die Mitarbeiterzahl in Asien inkl. China um rund 700 Beschäftigte auf, so dass Krones heute ca. 1.800 kompetente Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dort beschäftigt.

Neben dem Ausbau der Vertriebs- und Servicecenter setzt Krones in Asien auch auf lokale Engineering- und Produktionskapazitäten, wie beispielsweise mit unserem Werk im chinesischen Taicang. Durch den Aufbau eigenständiger Wertschöpfungsketten ist Krones in Asien noch wettbewerbsfähiger und zudem weniger anfällig für mögliche Handelskonflikte.

Aber nicht nur die Emerging Markets bieten Wachstumschancen. Auch in den sogenannten Industrieländern, in denen weder die Bevölkerung noch der Wohlstand rasant wachsen, bieten sich interessante Möglichkeiten. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Region **Nordamerika**.

In Nordamerika profitiert Krones davon, dass die Zahl der Getränkearten und Verpackungsformen steigt. Das erhöht die Nachfrage nach flexiblen und innovativen Abfüllanlagen. Dadurch konnten wir in den vorangegangenen fünf Jahren vor Corona unser Geschäft mehr als verdoppeln.

Post-Covid-Ära bietet verschiedene Wachstumschancen

Viele Experten erwarten, dass sich unser Markt bis 2025 kräftig erholt. Profitieren wird er, neben den oben erwähnten intakten Megatrends in den Emerging Markets, auch von massiven Konjunkturprogrammen in den Industrieländern. Außerdem werden die Themen nachhaltige Verpackung und CO₂-Reduktion Impulse für weiteres Wachstum liefern. Ich erläutere Ihnen jetzt kurz, wie Krones die Chancen nutzen will, die sich nach dem Ende der Pandemie bieten werden.

Fokus auf eigene Stärken und Kernkompetenzen

Ein strategisch wichtiger Bestandteil wird sein, uns auf die Kernkompetenzen Vertrieb, Engineering, Endmontage, Lifecycle Service und Digitalisierung zu konzentrieren.

Zudem werden wir unsere Stärken, die wir uns in den ver-

gangenen Jahren und Jahrzehnten erarbeitet haben, nutzen. So verfügen wir über eine am Markt einzigartige **Linienkompetenz** und einen starken **Global Footprint**. Trotz der hohen Investitionen in die Zukunft des Unternehmens ist die **Kapital- und Finanzstruktur** von Krones sehr stabil. Das Unternehmen hat, wie vorher bereits dargestellt, ausreichend finanziellen Spielraum, um gestärkt aus der Pandemie hervorzugehen und die nötigen Wachstums- und Zukunftsinvestitionen zu tätigen. Außerdem haben wir frühzeitig auf die Megatrends – Nachhaltigkeit und Digitalisierung – gesetzt. Auf diese beiden Punkte werde ich gleich noch genauer eingehen.

Eine ausführliche Beschreibung, wie wir unsere Stärken nutzen werden, können Sie auch unserem Geschäftsbericht 2020 entnehmen.

Nachhaltigkeit und Klimaschutz

Nachhaltigkeit und Klimaschutz zählen in allen Lebensbereichen zu den wichtigsten Themen unserer Zeit. Im Bereich Klimaschutz geht es vor allem darum, den Ausstoß von CO₂ deutlich zu verringern, um den globalen Temperaturanstieg zu begrenzen. Beim Thema Nachhaltigkeit spielt die Diskussion um Plastikmüll eine wichtige Rolle.

Der Druck, sparsam mit unseren Ressourcen umzugehen, wird größer. Er kommt nicht nur von Umweltschützern und Regulierungsbehörden, sondern auch verstärkt von den Verbrauchern – und vor allem auch von unseren Kunden.

Nachhaltige PET-Lösungen sind wichtige Wachstumstreiber

Dies war ein wichtiges Ergebnis der Kundenbefragung. Die Getränkeindustrie will das Plastikmüll-Problem aktiv lösen. Kernbestandteil hierfür ist das Wiederverwerten von Kunststoffen, vor allem von PET. Neben den Vorgaben von staatlicher Seite – bis 2025 muss in der EU der Anteil von recyceltem PET, dem sogenannten rPET, bei mindestens 25 % liegen – haben sich viele große Kunden intern ambitioniertere Ziele gesetzt. Sie wollen bis 2025 teilweise bereits 50 % rPET-Anteil verwenden. Krones erwartet, dass bis 2030 weltweit im Durchschnitt der Anteil von rPET an PET-Verpackungen bei 50 % liegen wird. Hieraus ergeben sich Chancen, die wir nutzen werden.

Obwohl rPET, chemisch betrachtet, identisch mit dem originären PET ist, gibt es in der Verarbeitung Unterschiede.

Krones besitzt umfassendes Know-how über den kompletten Herstellungs- und Verarbeitungsprozess von Kunststoffbehältern aus rPET. Das Unternehmen wird seine Kunden dabei unterstützen, ihre Produktionslinien für die kommende Kreislaufwirtschaft umzurüsten. Zudem werden bis 2025 alle neuen PET-Abfüllanlagen von Krones in der Lage sein, bis zu 100 % rPET zu verarbeiten.

CO₂-Reduzierung als klares Ziel der Krones Kunden

Neben dem ressourcenschonenden Stoffkreislauf von PET ist auch die CO₂-Reduzierung eine wichtige Anforderung unserer Kunden. Bereits 2008 startete Krones das Nachhaltigkeitsprogramm *enviro*, das die Schonung von Ressourcen und die Erhöhung der Energieeffizienz von Maschinen und Anlagen im Fokus hat. Krones hat sich das ambitionierte Ziel gesetzt, dass der CO₂-Fußabdruck der vom Unternehmen produzierten Maschinen und Anlagen von 2019 bis 2030 um 25 % sinken wird. Darüber hinaus ist unser Ziel, die eigenen CO₂-Emissionen bis 2030 um 80 % zu reduzieren.

Unabhängig von den Kundenforderungen hat sich Krones ehrgeizige Nachhaltigkeitsziele bis 2030 gesetzt. Wir haben damit einen Rahmen geschaffen, um die Nachhaltigkeitsziele von Krones nachvollziehbar und messbar zu machen. Damit ist eine Grundlage gegeben, die Vergütungsstruktur des Managements zukünftig auch an diese Ziele zu knüpfen. Sie werden unter der Überschrift »**Environmental, Social and Governance**«, kurz **ESG**, zusammengefasst. Die ESG-Ziele sind ein wesentlicher Bestandteil unserer Strategie.

Innovationen

Eine Säule für das Erreichen der Mittelfristziele von Krones sind – neben den vorher bereits erwähnten Maßnahmen – vor allem Innovationen. Sie sichern die Wettbewerbsfähigkeit und damit die Zukunft des Unternehmens. Die Innovationen von Krones bieten den Kunden deutlichen und messbaren Mehrwert. Selbst im schwierigen Jahr 2020 hat Krones seine Ausgaben für Forschung und Entwicklung auf hohem Niveau gehalten und 5 Prozent des Umsatzes in F&E investiert.

Viele dieser neuen Produkte und Dienstleistungen stellen wir im Herbst unseren Kunden vor, denn die Entwicklungsprogramme waren darauf ausgerichtet, die Innovationen auf der diesjährigen Leitmesse der Getränkeindustrie, der *drinktec*, zu präsentieren. Die Messe wird dieses Jahr

nicht stattfinden. Mit oder ohne Messe: Diese Innovationen werden wir in den kommenden Monaten unseren Kunden vorstellen.

Digitalisierung

Die Digitalisierung und Automatisierung unserer Maschinen und Anlagen ist das zentrale Thema für Krones. Die Kunden erwarten, dass sie mit unseren Maschinen und Anlagen Betriebs- und Personalkosten sparen. Hierbei spielt die Digitalisierung der Getränkefabrik die zentrale Rolle. Deshalb werden unsere Abfüll- und Verpackungslinien noch intelligenter werden. So können wir die Verfügbarkeit unserer Anlagen weiter erhöhen und den Automatisierungsgrad stärken. Dies beinhaltet vorausschauende Wartung genauso wie schnelle Problemlösung und damit einen deutlich höheren Wirkungsgrad der Anlagen. Ziel ist es, den Kunden digitale Tools und Services auf einer Plattform, dem Krones Ecosystem, zur Verfügung zu stellen. Um dieses Ziel zu erreichen, werden wir unsere Investitionen in die Digitalisierung unserer Maschinen und Anlagen weiter steigern.

Um Ihnen aufzuzeigen, wie weit Krones bereits auf dem Weg zur Digitalisierung der Getränkefabrik ist, haben wir einen kurzen Film vorbereitet.

Wie sich unsere Geschäfte im ersten Quartal 2021 entwickelt haben und was Krones für das laufende Geschäftsjahr erwartet, erläutert Ihnen jetzt Norbert Broger.

Norbert Broger

Erstes Quartal 2021 Zuerst ein kurzer Blick auf die wichtigsten Kennzahlen.

Der Aufwärtstrend beim **Auftragseingang** hat sich nach einem starken vierten Quartal 2020 im ersten Quartal 2021 fortgesetzt. Von Januar bis März erhöhte sich das Ordervolumen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 27,1 % auf 1.068,8 Mio. €. Damit lag der Wert der Bestellungen im ersten Quartal 2021 in etwa wieder auf Vorkrisen-Niveau. Wir können allerdings nicht genau sagen, was von diesem enormen Quartalsanstieg Corona-bedingte und damit einmalige Nachholeffekte sind und was davon nachhaltig ist.

Der **Umsatz** ging von Januar bis März im Vergleich zum Vorjahr um 7,2 % auf 874,6 Mio. € zurück. Dabei ist aber zu berücksichtigen, dass die Corona-Krise die Erlöse des ersten Quartals 2020 nur leicht beeinflusst hatte und der Vor-

jahresumsatz im 1. Quartal 2020 deshalb noch auf hohem Niveau lag. Wir erwarten aufgrund der gestiegenen Auftrageingänge in den beiden vergangenen Quartalen, dass die folgenden Quartalsumsätze 2021 jeweils höher liegen werden als im Vorjahr.

Krones hat die Flexibilität und Kostenstruktur in den vergangenen beiden Jahren mit umfangreichen strukturellen Maßnahmen verbessert. Dies wirkte sich im ersten Quartal 2021 positiv auf die Ertragskraft aus. Trotz des niedrigeren Umsatzes konnte das Unternehmen den Rückgang des **Ergebnisses vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)** von 89,5 Mio. € auf 76,5 Mio. € begrenzen. Die **EBITDA-Marge** betrug im Berichtszeitraum 8,7 % (Vorjahr: 9,5 %). Parallel zur EBITDA-Marge entwickelte sich im ersten Quartal die **EBT-Marge**. Sie ging von 5,6 % auf 5,1 % nur leicht zurück.

Ausblick

Nach dem positiven ersten Quartal ist das Unternehmen für das Gesamtjahr 2021 weiterhin optimistisch. Auf Grundlage der derzeitigen gesamtwirtschaftlichen Aussichten stabilisieren sich die für Krones relevanten Märkte. Dennoch müssen wir weiterhin mit Corona-bedingten regionalen Schwankungen und Überraschungen rechnen. Darauf basierend rechnet das Unternehmen für 2021 im Konzern mit einem Umsatzwachstum von 2,5 bis 3,5 %.

Mit steigenden Umsätzen und aufgrund der eingeleiteten strukturellen Maßnahmen wird Krones die Ertragskraft im laufenden Jahr deutlich verbessern. Für 2021 prognostiziert das Unternehmen für den Konzern eine **EBITDA-Marge** von 6,5 bis 7,5 %. Dies entspräche einer **EBT-Marge** von 3,0 bis 4,0 %.

Wir haben trotz der Corona-Krise unsere ambitionierten mittelfristigen Finanzziele nicht aus den Augen verloren und aufrechterhalten. Um die Chancen unseres Marktes zu nutzen und genügend Spielraum für Investitionen zu ha-

ben, bleiben unsere mittelfristigen Ziele unverändert:

- ▶ 2 bis 5 % durchschnittliches organisches Umsatzwachstum pro Jahr
- ▶ 9 bis 12 % EBITDA-Marge (entspricht einer EBT-Marge von 6 bis 8 %)
- ▶ 24 bis 26 % bei der Kennzahl Working Capital im Verhältnis zum Umsatz

Der Zeitrahmen für die Erreichung dieser Ziele hat sich durch die Covid-19-Pandemie nach hinten verschoben. Vorausgesetzt, es gibt keine neuen außergewöhnlichen wirtschaftlichen, gesundheitlichen oder politischen Krisen, strebt Krones an, diese Ziele 2023 zu erreichen.

Nun übergebe ich wieder das Wort an Christoph Klenk.

Christoph Klenk

Zusammenfassend kann ich sagen, dass alle Initiativen, die wir umsetzten auf die Mittelfristziele einzahlen. Entscheidend aber für das Erreichen dieser Ziele und den Unternehmenserfolg waren und sind unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, bei denen wir uns nochmal ganz herzlich bedanken. Ihr Verhalten, ihr Einsatz, ihre Disziplin und ihr Verständnis für die schwierigen Maßnahmen verdienen Hochachtung. Die positive Erkenntnis, die wir aus der Krise gewonnen haben: Die Krones Belegschaft hält in schwierigen Zeiten zusammen. Sie wird auch in der Zukunft der entscheidende Faktor sein.

Krones hat das extrem herausfordernde Jahr 2020 gut überstanden und ist sehr gut für die »normale« Zeit nach der Covid-19-Pandemie aufgestellt. Wir sind, trotz Corona, optimistisch für die Zukunft und für Krones.

Vielen Dank!