



Analysten- und Bilanzpressekonferenz zum Geschäftsjahr 2014

Frankfurt am Main  
30. März 2015



1. HIGHLIGHTS 2014
2. GRAMMER DIVISIONS – GESCHÄFTSJAHR 2014
3. GRAMMER KONZERN – GESCHÄFTSJAHR 2014
4. GLOBALE WACHSTUMSSTRATEGIE
5. AUSBLICK 2015



## HIGHLIGHTS 2014



# GRAMMER KONZERN – HIGHLIGHTS 2014

Erfolgreiche Entwicklung trotz herausfordernder Märkte und hoher Vorleistungen



## GRAMMER Group - Highlights 2014

- Globales Expansionsprogramm noch einmal forciert
- Uneinheitliche Entwicklung der Märkte mit teilweise deutlichen Rückgängen in wichtigen Kernsegmenten
- Zahlreiche Serienanläufe und neue Projekte in allen Regionen und Produktsegmenten untermauern erfolgreiche Entwicklung und sichern das zukünftige Wachstum des GRAMMER Konzerns
- Vielzahl von Optimierungs- und Erweiterungsmaßnahmen in allen Regionen verbessern weltweite Aufstellung des GRAMMER Konzerns deutlich
- Mit 1,366 Mrd. € erwirtschaftete GRAMMER den 4. Umsatzrekord in Folge
- Stabiles EBIT trotz des hohen Wachstums, der zahlreichen Optimierungs- und Erweiterungsaktivitäten sowie dem Rückgang in einigen Kernmärkten
- Höheres Ergebnis nach Steuern als Basis für Anstieg der Dividende um 15% auf 0,75 € je Aktie

# GRAMMER KONZERN – HIGHLIGHTS 2014

Erwartungen wurden trotz Rückgang in Kernmärkten und Vorleistungen voll erfüllt



Vergleich der Erwartungen für 2014 mit den aktuellen Ergebnissen des Geschäftsjahres 2014

## ERWARTUNGEN FÜR 2014

Spürbares Wachstum des Konzernumsatzes  
2014 auf über 1,3 Mrd. € Euro

Stabile EBIT Entwicklung trotz Vorleistungen  
für Wachstum und Optimierung der  
Fertigungskapazitäten

Ausschüttungsquote von 25% – 30% des  
Nettoergebnisses



## GRAMMER IST 2014

Konzernumsatz 1,366 Mrd. € (+8%)  
4. Rekordumsatz in Folge

EBIT 57 Mio. € (2013: 58)  
Ergebnis nach Steuern 33,6 Mio. € (+14%)  
Ergebnis je Aktie 3,09 € (+16%)

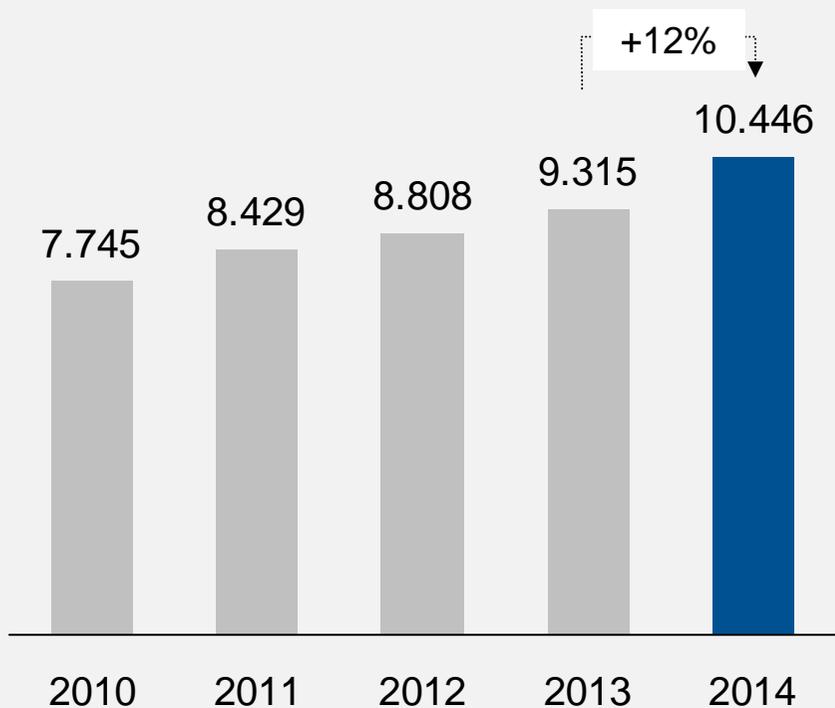
Dividendenvorschlag 0,75 € je Aktie (+15%)  
Ausschüttungsquote: 25%  
Dividendenrendite: 2,3% (Schlusskurs 31.12.)

# GRAMMER KONZERN – HIGHLIGHTS 2014

Aufbau von Mitarbeitern vor allem im Ausland aufgrund des hohen Wachstums



Mitarbeiter 2010 - 2014  
[Jahresdurchschnitt]



Personalkosten zum Umsatz 2010 - 2014  
[in %]





AUTOMOTIVE – GESCHÄFTSJAHR 2014



# GRAMMER AUTOMOTIVE – HIGHLIGHTS 2014

Automotive Segment aufgrund zahlreicher Neuanläufe mit deutlichem Wachstum



## GRAMMER Automotive - Highlights 2014

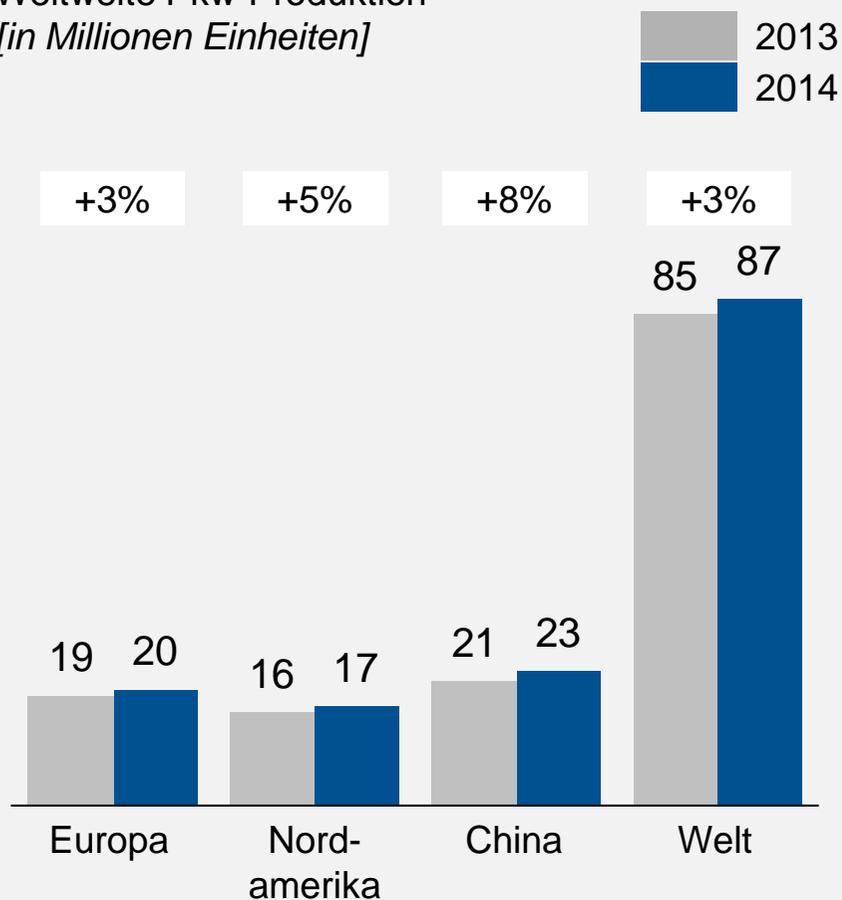
- Positive Automobilkonjunktur in den Hauptabsatzmärkten, vor allem in Nordamerika und China
- Premiumhersteller und obere Fahrzeugsegmente (inkl. SUVs) mit überproportionalen Zuwachsraten
- Zahlreiche Serienanläufe und neue Projekte untermauern Wachstumskurs von GRAMMER Automotive
- Deutliche Umsatzsteigerung um 12% auf 912 Mio. € und damit neuer Umsatzrekord in diesem Segment
- Hohe Vorleistungskosten für die Umsetzung der globalen Expansionsstrategie und Optimierung der Fertigungskapazitäten belasten erwartungsgemäß das Ergebnis
- EBIT mit 29 Mio. € erwartungsgemäß unter Vorjahr

# GRAMMER AUTOMOTIVE – GESCHÄFTSJAHR 2014

Wachstumstreiber USA und China. Deutsche Premium OEMs wachsen deutlich



Weltweite Pkw-Produktion  
[in Millionen Einheiten]



Quelle: IHS

Pkw-Absatz ausgewählter Hersteller in 2014  
[in % gegenüber Vorjahr]



Quelle: Unternehmenswebsite

# GRAMMER AUTOMOTIVE – GESCHÄFTSJAHR 2014

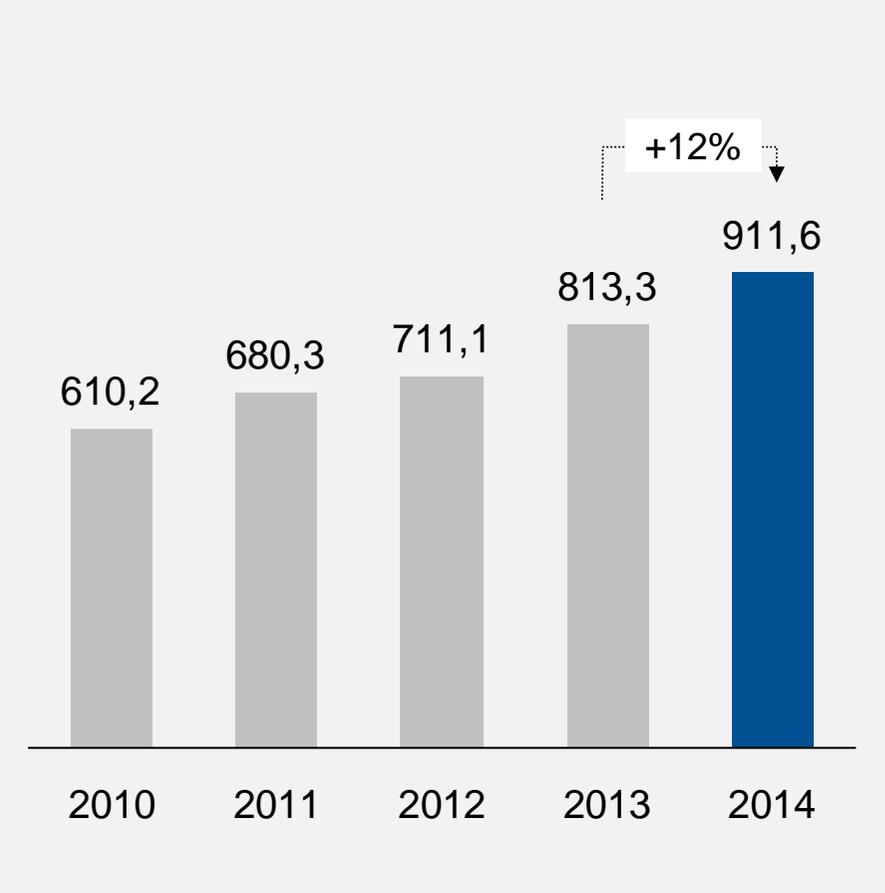
Deutlicher Umsatzanstieg aufgrund Neuanläufe und Marktanteilsgewinne



Umsatzentwicklung 2014 nach Quartalen  
[in Mio. €]



Umsatzentwicklung 2010 - 2014  
[in Mio. €]

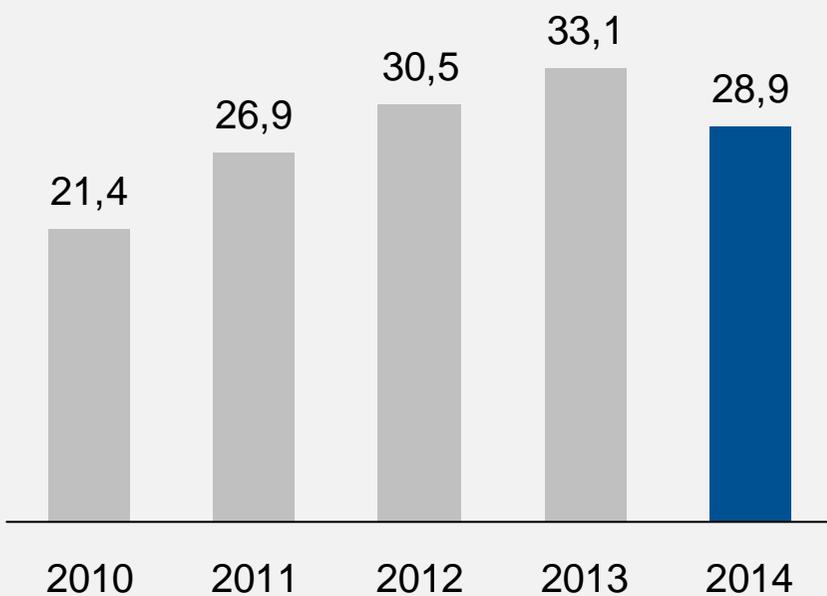


# GRAMMER AUTOMOTIVE – GESCHÄFTSJAHR 2014

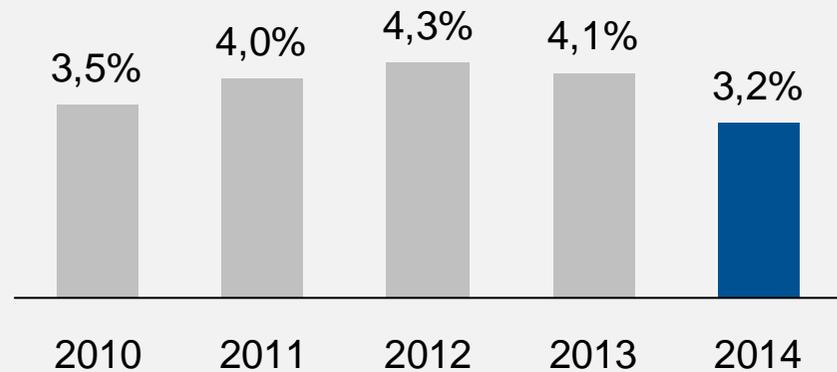
Operatives Ergebnis wegen Vorleistungen und hohem Wachstum beeinflusst



EBIT Entwicklung 2010 - 2014  
[in Mio. €]



EBIT-Marge 2010 - 2014  
[in %]



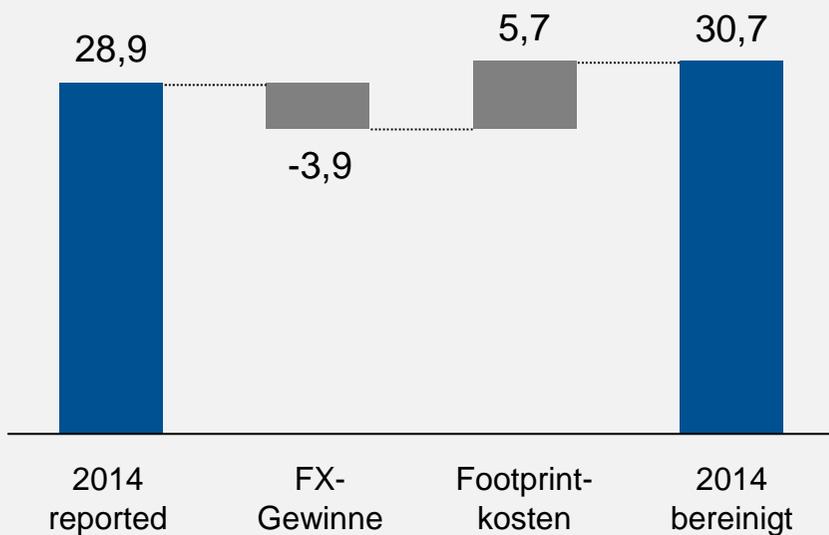
# GRAMMER AUTOMOTIVE – GESCHÄFTSJAHR 2014

Bereinigtes Ergebnis zeigt operatives Verbesserungspotential



EBIT Brücke Gesamtjahr 2014  
[in Mio. €]

Bereinigte EBIT Marge 3,4%



EBIT Brücke Q4 2014  
[in Mio. €]

Bereinigte EBIT Marge 3,3%





SEATING SYSTEMS – GESCHÄFTSJAHR 2014



## GRAMMER Seating Systems - Highlights 2014

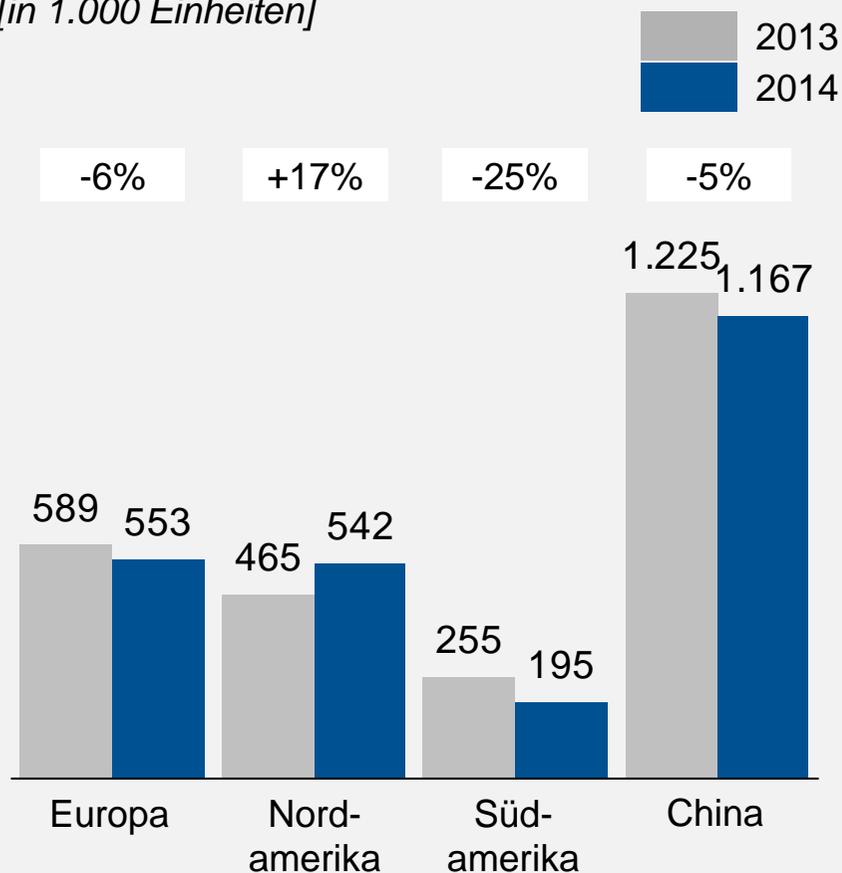
- Herausfordernde Marktbedingungen in einzelnen Geschäftsfeldern und Regionen
- Gute internationale Aufstellung und breites Produkt/Kundenportfolio konnte rückläufige Entwicklung in einigen Kernmärkten ausgleichen
- Stabile Umsatzentwicklung trotz deutlich rückläufiger Landtechnikmärkte und Einbruch des brasilianischen Lkw-Marktes
- Trotz schwieriger Marktentwicklung leichter Umsatzanstieg auf 479 Mio. €
- EBIT bei 36 Mio. € weiter auf hohem Niveau trotz negativer Effekte aus Marktverschiebungen und Expansionsaktivitäten

# GRAMMER SEATING SYSTEMS – GESCHÄFTSJAHR 2014

Lkw und Landtechnik mit deutlichen Rückgängen. Erneuter Einbruch in Brasilien

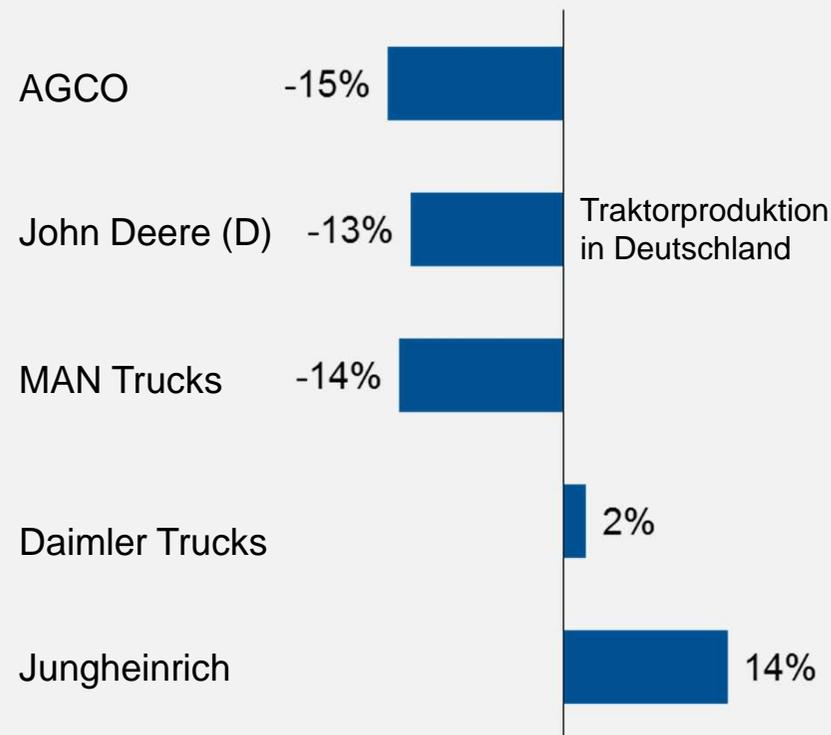


Weltweite Produktion schwerer Lkw  
[in 1.000 Einheiten]



Quelle: IHS, März 2015

Fahrzeugabsatz 2014 ausgewählter Hersteller  
[in % gegenüber Vorjahr]



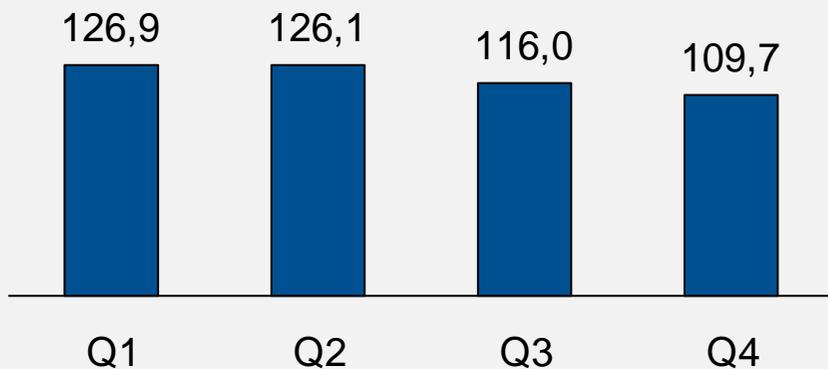
Quelle: Unternehmensangaben

# GRAMMER SEATING SYSTEMS – GESCHÄFTSJAHR 2014

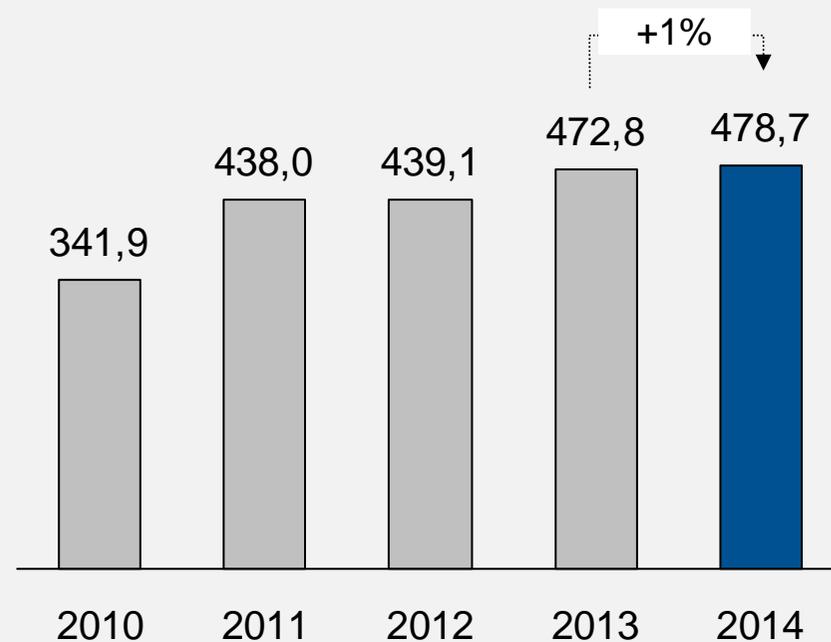
Umsatzanstieg dank internationaler Aufstellung und breitem Produktportfolio



Umsatzentwicklung 2014 nach Quartalen  
[in Mio. €]



Umsatzentwicklung 2010 - 2014  
[in Mio. €]

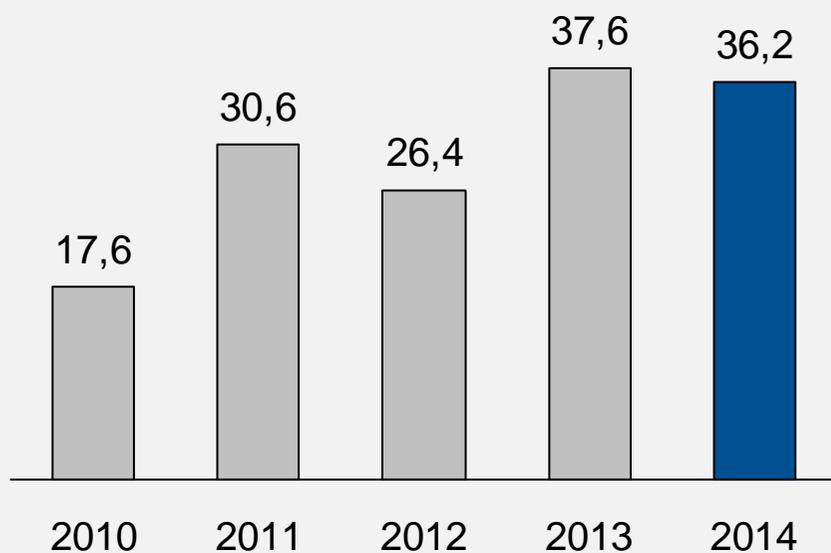


# GRAMMER SEATING SYSTEMS – GESCHÄFTSJAHR 2014

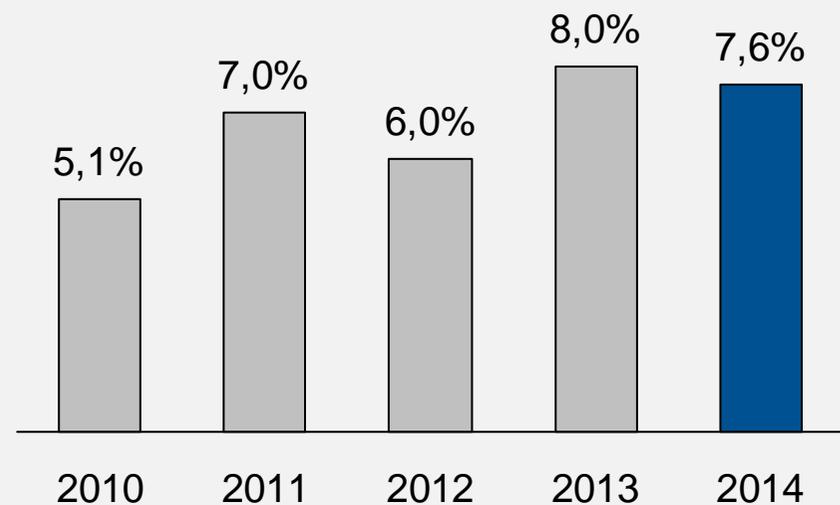
EBIT durch Marktschwankungen und Expansion in USA und China beeinflusst



EBIT Entwicklung 2010 - 2014  
[in Mio. €]



EBIT-Marge 2010 - 2014  
[in %]



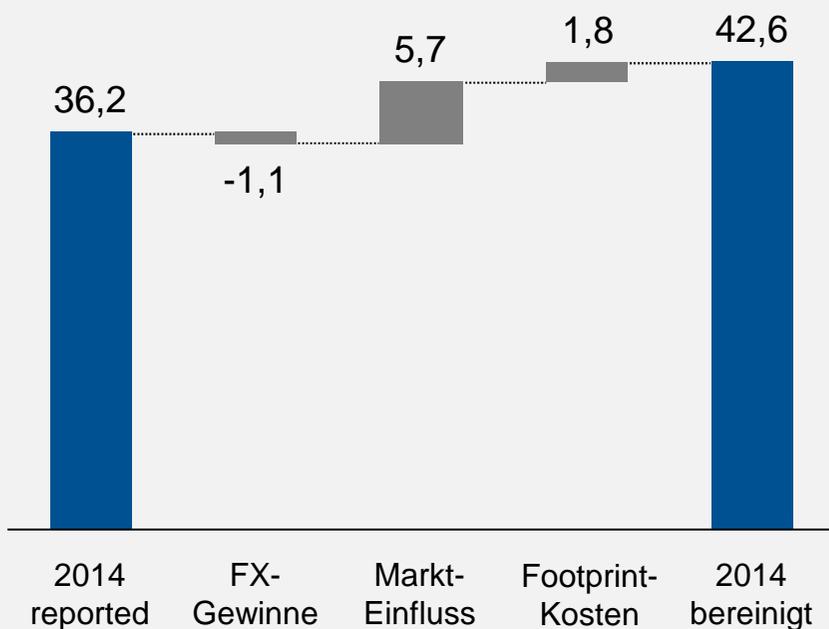
# GRAMMER SEATING SYSTEMS – GESCHÄFTSJAHR 2014

Bereinigtes Ergebnis zeigt operatives Potential bei Markterholung



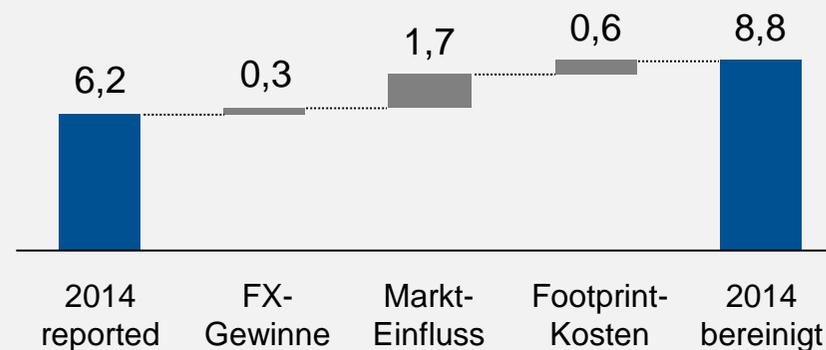
EBIT Brücke Gesamtjahr 2014  
[in Mio. €]

Bereinigte EBIT Marge 8,9%



EBIT Brücke Q4 2014  
[in Mio. €]

Bereinigte EBIT Marge 8,0%





GRAMMER KONZERN – GESCHÄFTSJAHR 2014

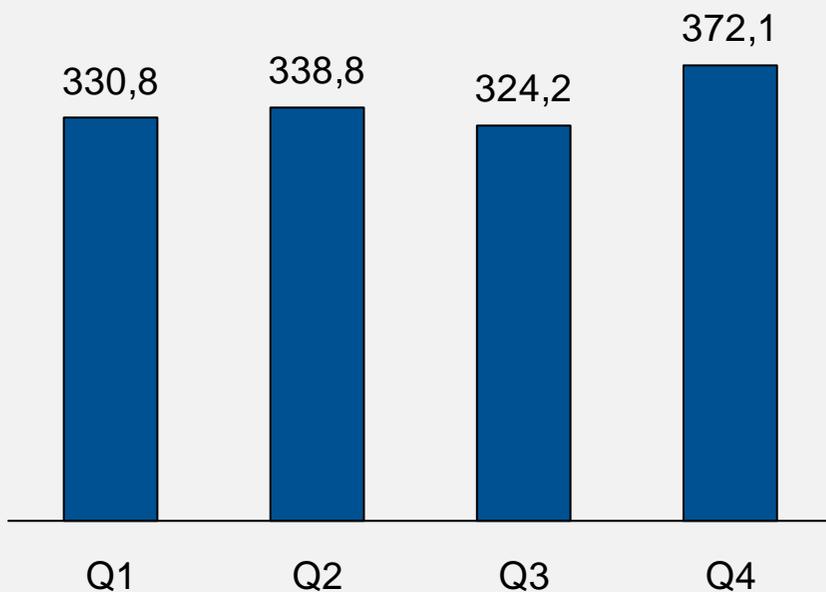


# GRAMMER KONZERN – GESCHÄFTSJAHR 2014

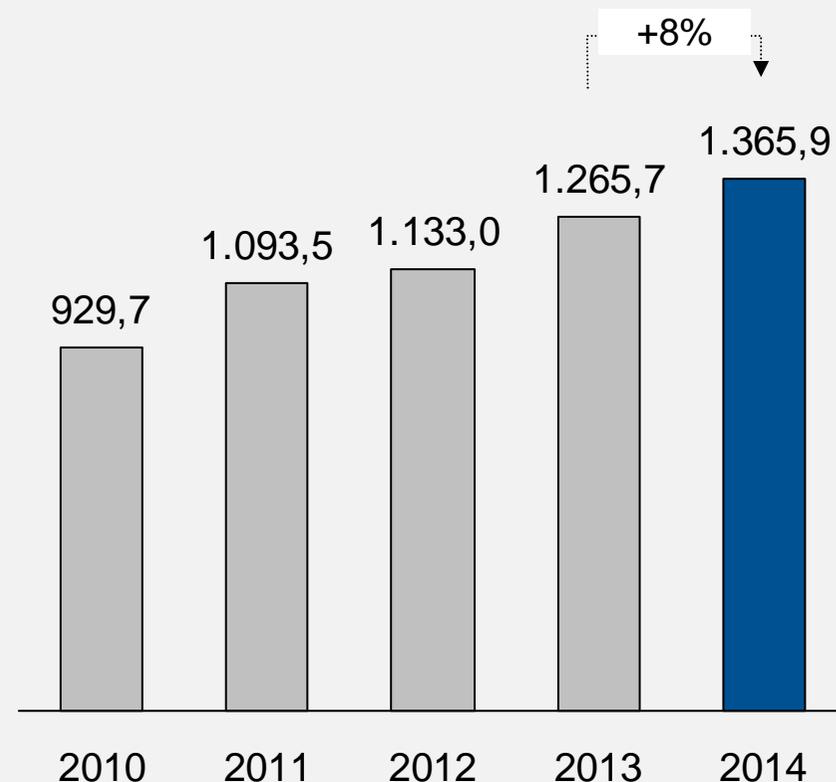
Starkes Wachstum aufgrund globaler Aufstellung und neuer Produkte



Umsatzentwicklung 2014 nach Quartalen  
[in Mio. €]



Umsatzentwicklung 2010 - 2014  
[in Mio. €]

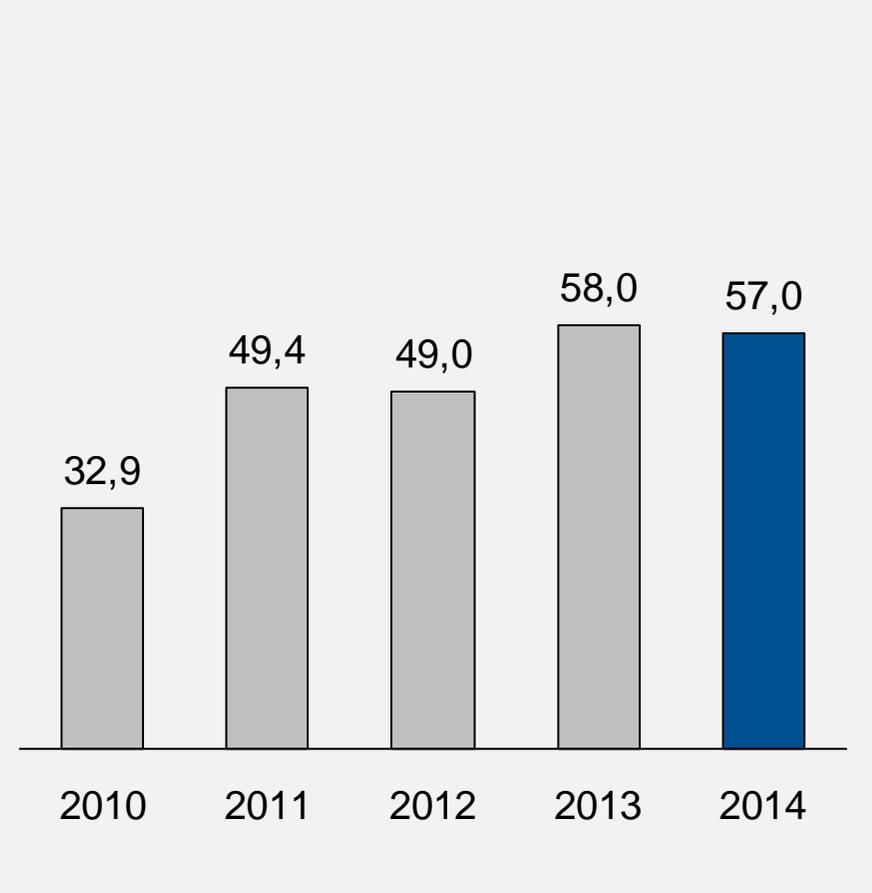


# GRAMMER KONZERN – GESCHÄFTSJAHR 2014

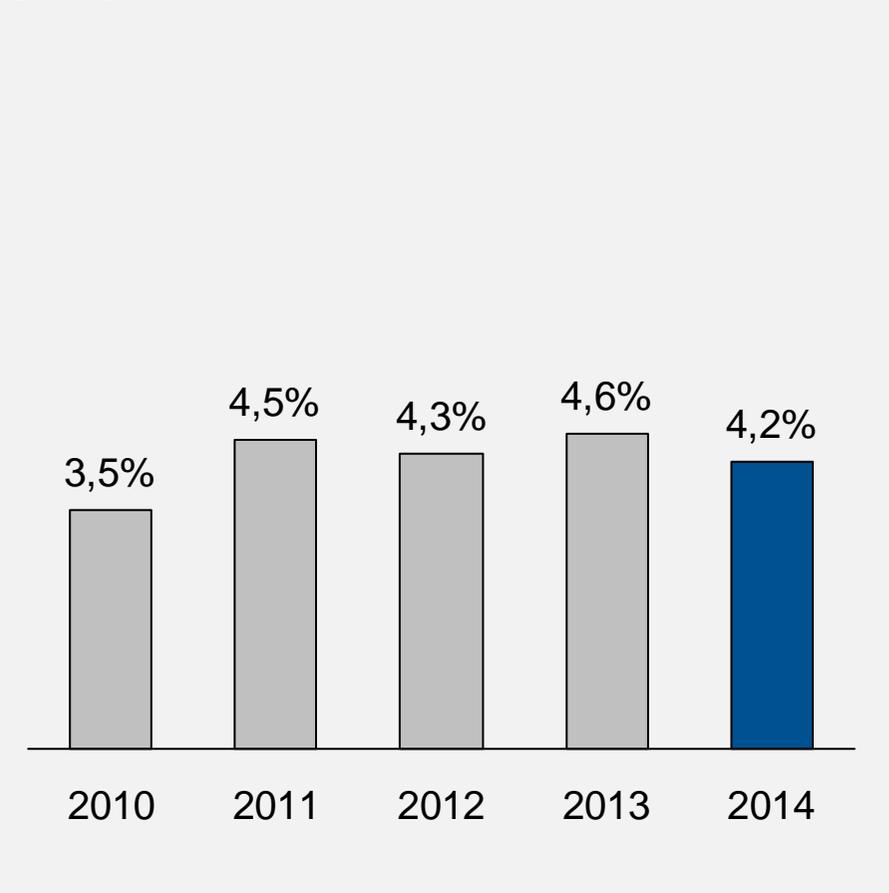
EBIT trotz intensiver Vorleistungen in allen Regionen auf Niveau des Vorjahres



EBIT Entwicklung 2010 - 2014  
[in Mio. €]



EBIT-Marge 2010 - 2014  
[in %]



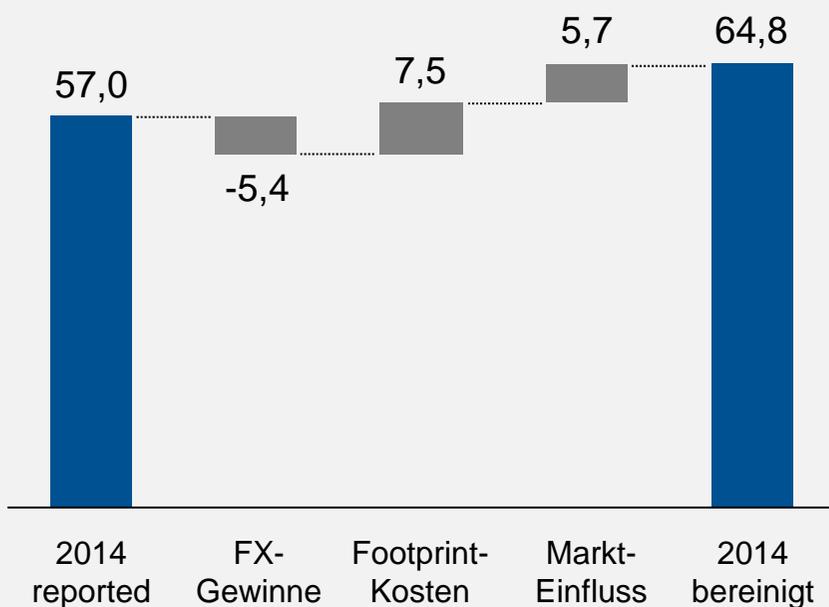
# GRAMMER KONZERN – GESCHÄFTSJAHR 2014

Bereinigtes Ergebnis zeigt operatives Potential



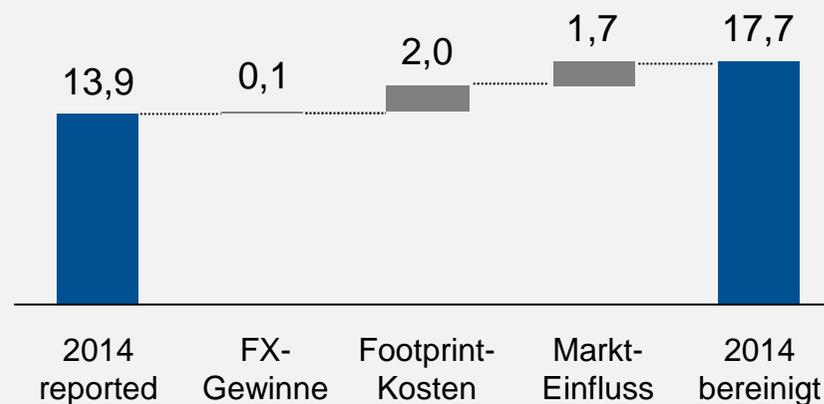
EBIT Brücke Gesamtjahr 2014  
[in Mio. €]

Bereinigte EBIT Marge 4,7%



EBIT Brücke Q4 2014  
[in Mio. €]

Bereinigte EBIT Marge 4,7%

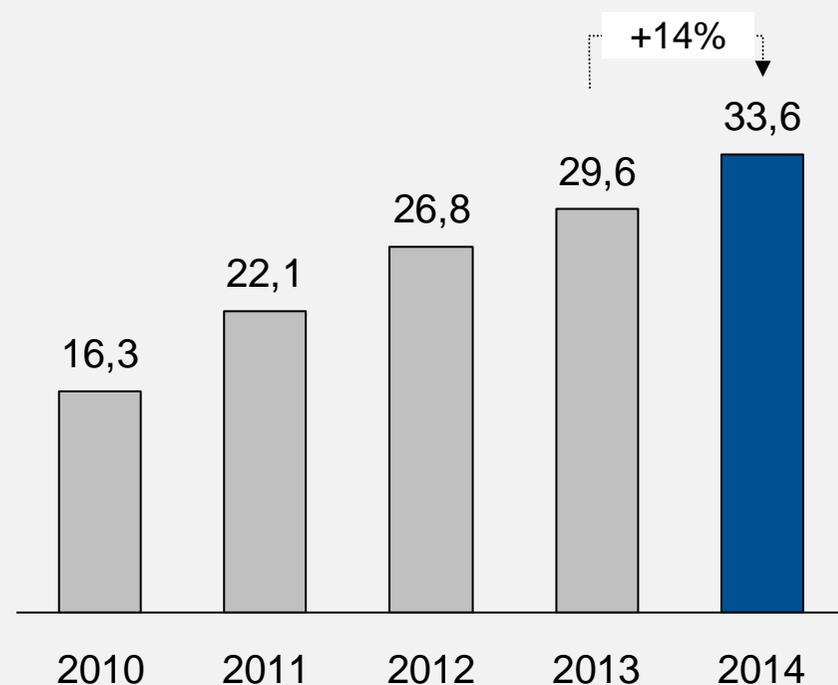


# GRAMMER KONZERN – GESCHÄFTSJAHR 2014

Ergebnis nach Steuern deutlich über Vorjahr als Basis für höhere Dividende

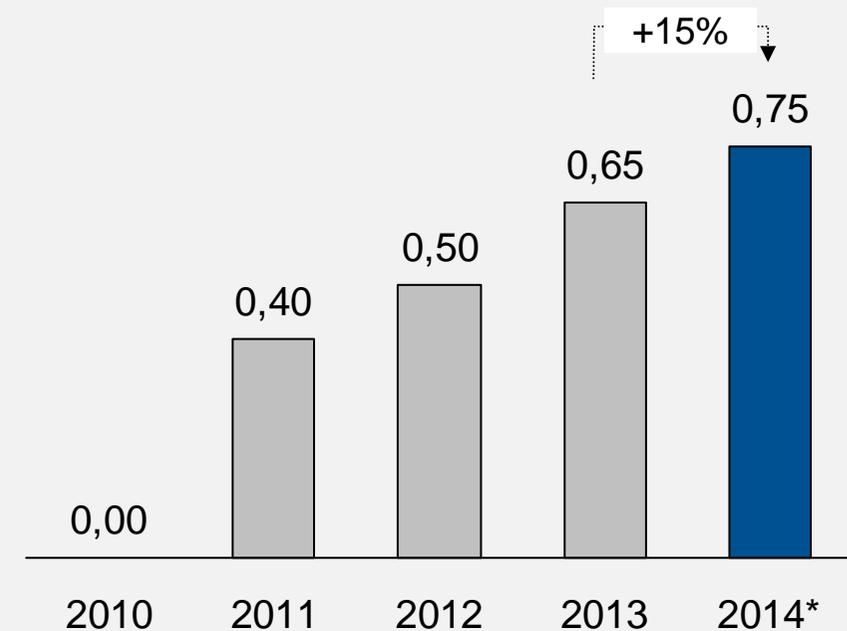


Ergebnis nach Steuern 2010 - 2014  
[in Mio. €]



Dividende für Geschäftsjahr 2010 - 2014  
[in €]

Ausschüttungsquote GJ 2014: 25%  
Dividendenrendite: 2,3%\*\*



\*) Vorschlag

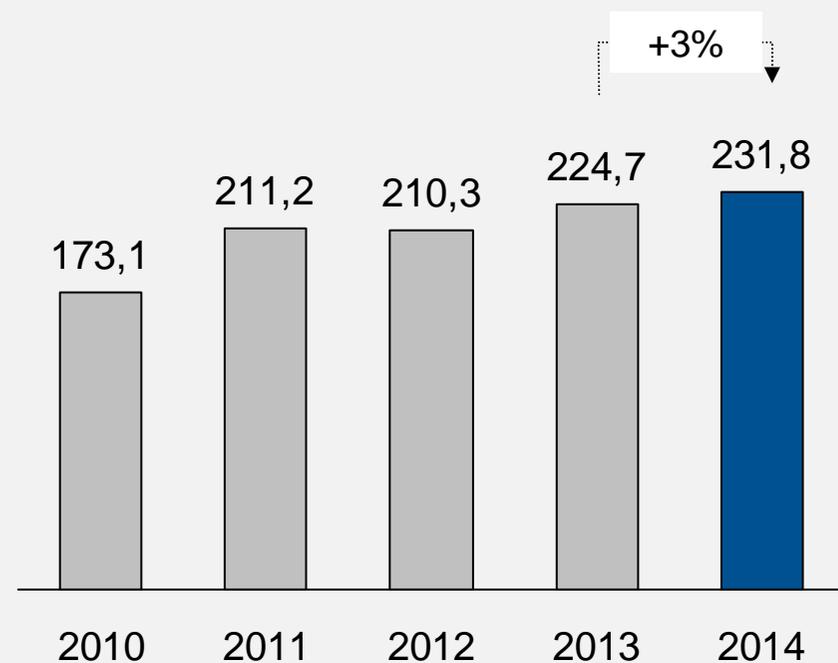
\*\*\*) Bezogen auf Schlusskurs 31.12.2014

# GRAMMER KONZERN – GESCHÄFTSJAHR 2014

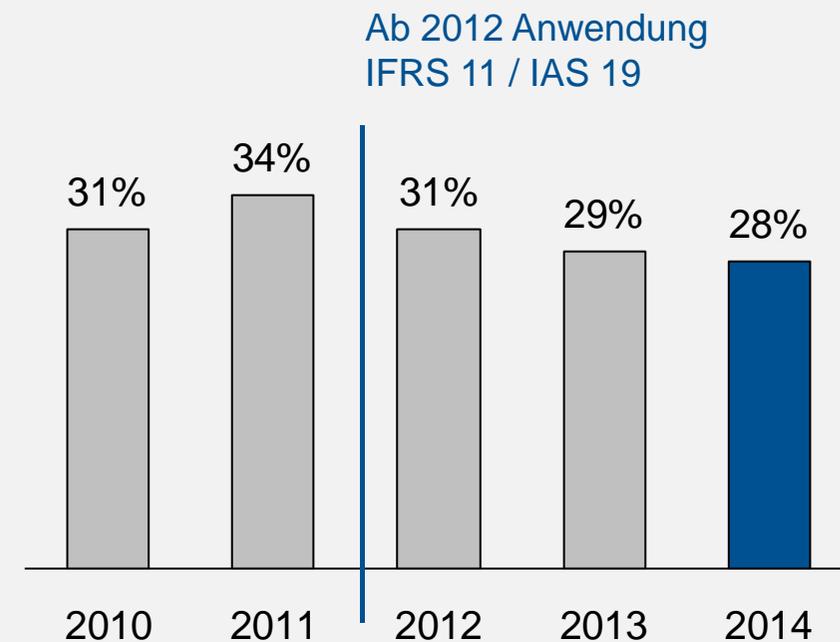
Höheres Eigenkapital und solide EK-Quote belegen finanzielle Stärke



Eigenkapital 2010 - 2014  
[in Mio. €, zum 31.12.]



Eigenkapital-Quote 2010 - 2014  
[in %, zum 31.12.]



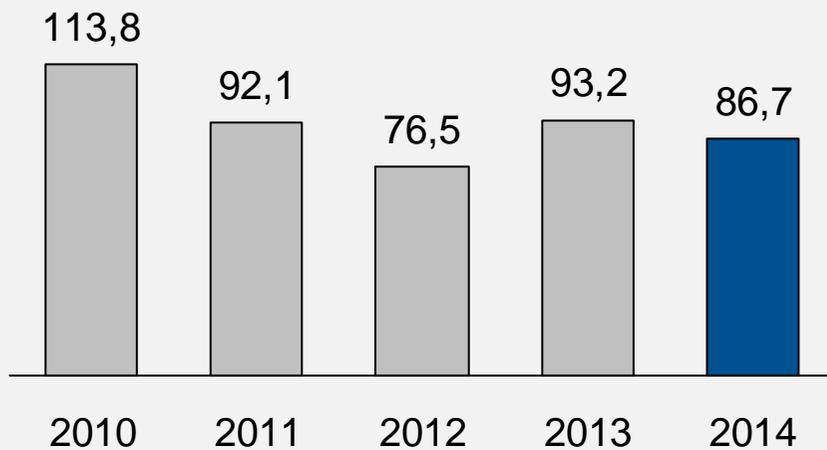
# GRAMMER KONZERN – GESCHÄFTSJAHR 2014

Positive Entwicklung bei Verschuldung und Gearing

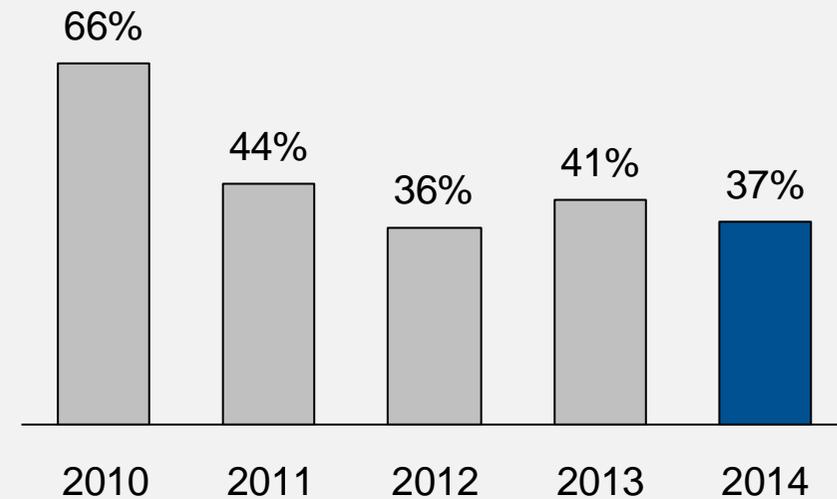


Nettofinanzverbindlichkeiten 2010 - 2014  
[in Mio. €, zum 31.12.]

2014 Net Debt / EBITDA: 0,9x



Verschuldungsgrad (Gearing) 2010 - 2014  
[in %, zum 31.12.]

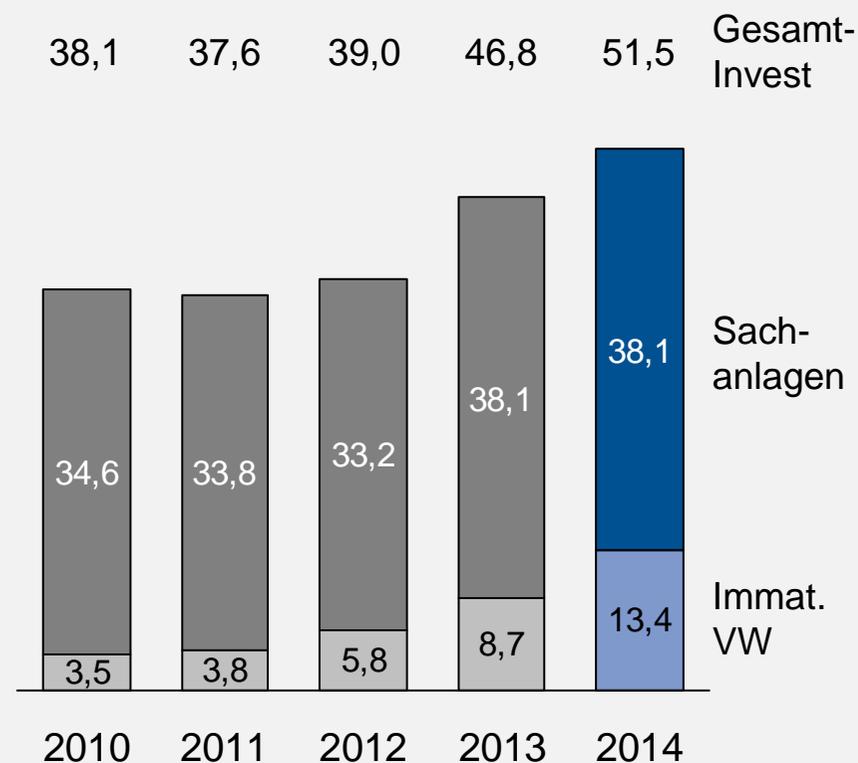


# GRAMMER KONZERN – GESCHÄFTSJAHR 2014

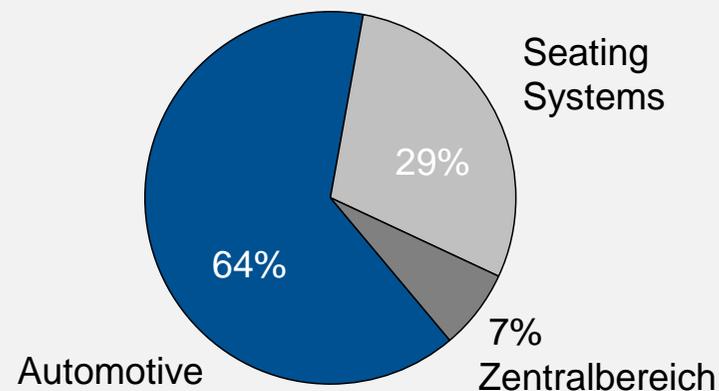
Verstärkte Investitionen für Kapazitätserweiterungen und Fertigungsoptimierungen



Investitionen 2010 - 2014  
[in Mio. €]



Investitionen 2014 nach Segmenten  
[in %]



Top 3 Investitionsprojekte 2014:

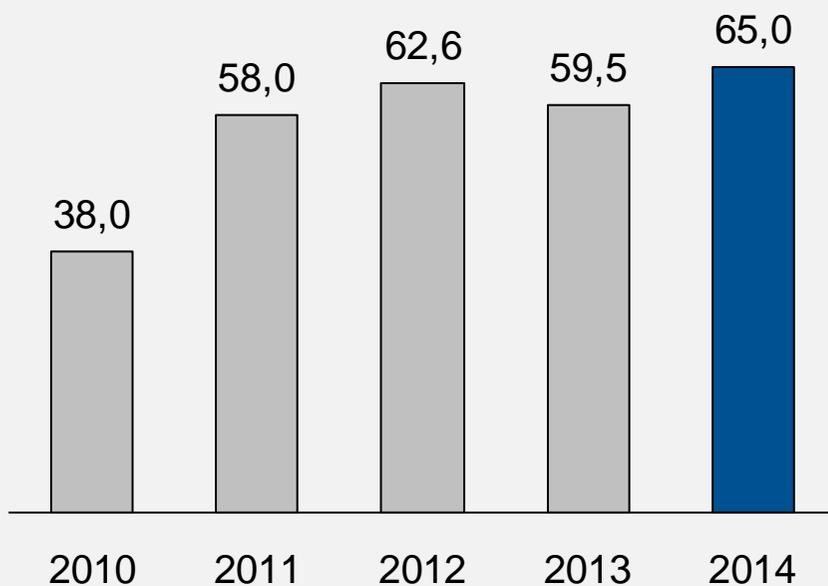
- Optimierung Footprint Osteuropa (CZ + Serbien)
- Erweiterung und Werksaufbau Nordamerika
- Werksaufbau und Erweiterung China

# GRAMMER KONZERN – GESCHÄFTSJAHR 2014

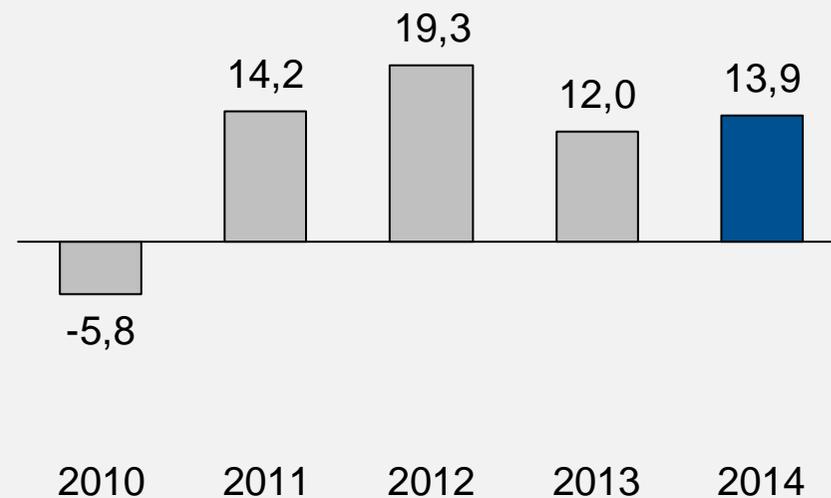
Höherer Cash Flow trotz Belastungen im Working Capital durch Verlagerungen



Operativer Cash Flow 2010 - 2014  
[in Mio. €]



Free Cash Flow 2010 - 2014  
[in Mio. €, ohne M&A]





**GRAMMER KONZERN – GLOBALE WACHSTUMSTRATEGIE**



# GRAMMER KONZERN – GLOBALE WACHSTUMSSTRATEGIE

Zentrale Bausteine der GRAMMER Strategie sichern zukünftiges Wachstum



**1** Wachstum in allen Kern-**REGIONEN**



**2** Wachstum mit größerer **KUNDENBASIS**



**3** Wachstum mit innovativen **PRODUKTEN**



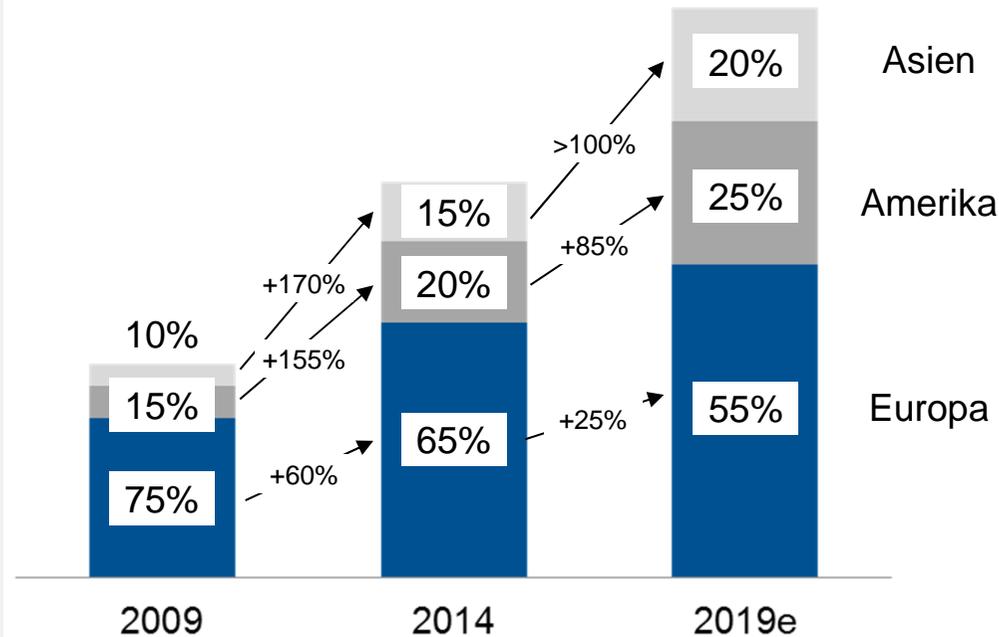
**4** Wachstum gestützt durch **MEGATRENDS**

# GRAMMER KONZERN – GLOBALE WACHSTUMSSTRATEGIE

## 1 – Globale Aufstellung als Basis für das Wachstum außerhalb Europas



### GRAMMER Produktumsatz nach Regionen



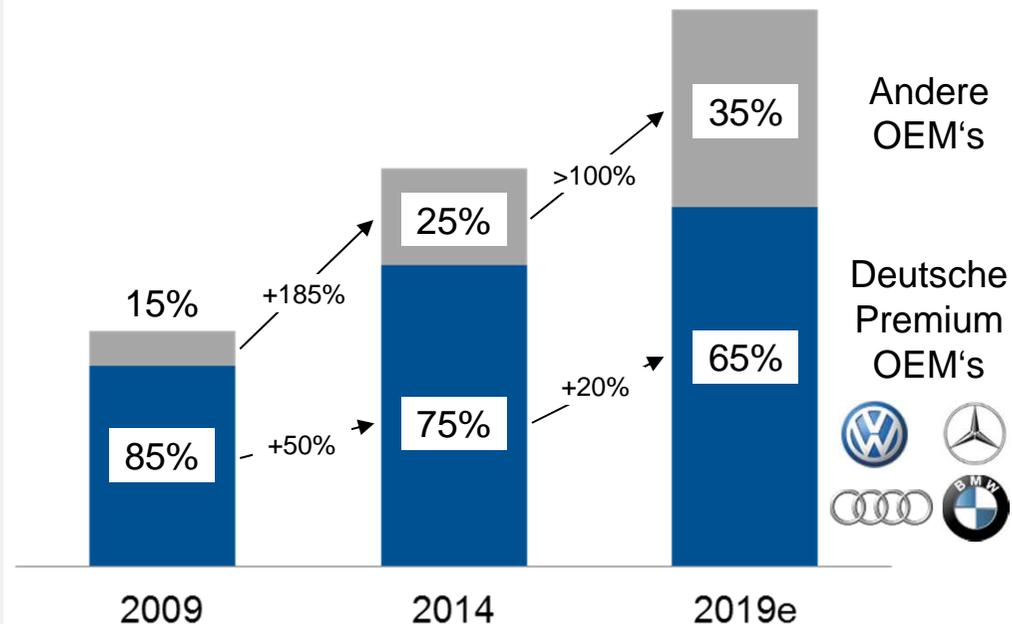
### Highlights

- Bedeutung von China und Amerika stark zugenommen
- Wachstum in Asien und Amerika dank sehr guter Aufstellung vor Ort
- Globaler Footprint ist entscheidend für Aufträge von Weltplattformen
- Set-up von GRAMMER ist vergleichbar mit weitaus größeren Unternehmen
- Weitere strategische Option in Indien und Russland

### Erfolgsfaktoren von GRAMMER:

1. Kontinuierliche Expansion & Optimierung der globalen Aufstellung sowie Stärkung der lokalen Einheiten
2. Exzellenter internationaler Set-up in Europa, NAFTA, Südamerika und China sichert Wachstum
3. Breite Aufstellung in allen Kernregionen hilft regionale Marktschwankungen auszugleichen

### GRAMMER Automotive Umsatz nach Kundengruppen



### Highlights

- “Follow your customer” Strategie bringt hohes Wachstum außerhalb Europas
- Akquise von neuen Kunden in allen Regionen durch unsere globale Aufstellung
- Umsatz mit neuen Automotive Kunden steigt von 15% auf 25% in nur 5 Jahren
- Hoher Auftragsbestand mit lokalen Herstellern in USA und Asien für noch breitere Kundendiversifizierung

### Erfolgsfaktoren von GRAMMER:

1. Erfolgreiche Realisation des hohen Wachstumspotentials durch Expansion unserer Hauptkunden
2. Globale Aufstellung als Basis für Akquise von lokalen Kunden und Verbreiterung unserer Kundenbasis
3. Breite Kundenbasis verbessert Werksauslastung und hilft Kapazitätsschwankungen zu balancieren

# GRAMMER KONZERN – GLOBALE WACHSTUMSSTRATEGIE

3 – Global agierende Innovatoren haben beste Chancen für langfristigen Erfolg



Komplettes Kopfstützenprogramm für Jaguar Land Rover



Erste Mittelkonsole für BMW (2er Active Tourer)



Mittelkonsole für Weltplattform Mercedes C-Klasse

Beispiele von neuen Produkten  
*Automotive Interieur*



Gefederte Lkw-Sitze für lokalen Markt in China



Integrierte Sitz/Armlehne für Gabelstapler (Hohe Nachfrage aus China)



Neue Bahn-Sitzgenerationen Langstrecke & Regionalverkehr

Beispiele von neuen Produkten  
*Nutzfahrzeuge*

## Erfolgsfaktoren von GRAMMER:

1. Erhöhung der F&E-Aktivitäten zur Sicherung unserer Führungsposition bei Innovation & Technologie
2. Erweiterung Produktportfolio mit innovativen Lösungen für bessere Diversifizierung in allen Segmenten
3. 10 F&E-Zentren weltweit garantieren kundenspezifische Produktapplikationen für lokale Märkte



### Bevölkerungswachstum

Heute: 7,2 Mrd., 2050: ~10 Mrd. Menschen  
2050: 1/3 der Weltbevölkerung lebt in China & Indien  
> *Maßgeblicher Treiber der globalen Veränderungen*



### Mobilität

Fahrzeugbestand (alt & neu) verdreifacht sich auf mehr als 2,5 Mrd. Fahrzeuge bis zum Jahr 2050  
> *USA & China vereinen 50% des Bestands weltweit*



### Nahrungsmittelbedarf

Nahrungsmittelproduktion muss sich bis 2050 verdoppeln um die Weltbevölkerung ernähren zu können  
> *Hohe Investitionen in neue Landmaschinen*



### Urbanisierung

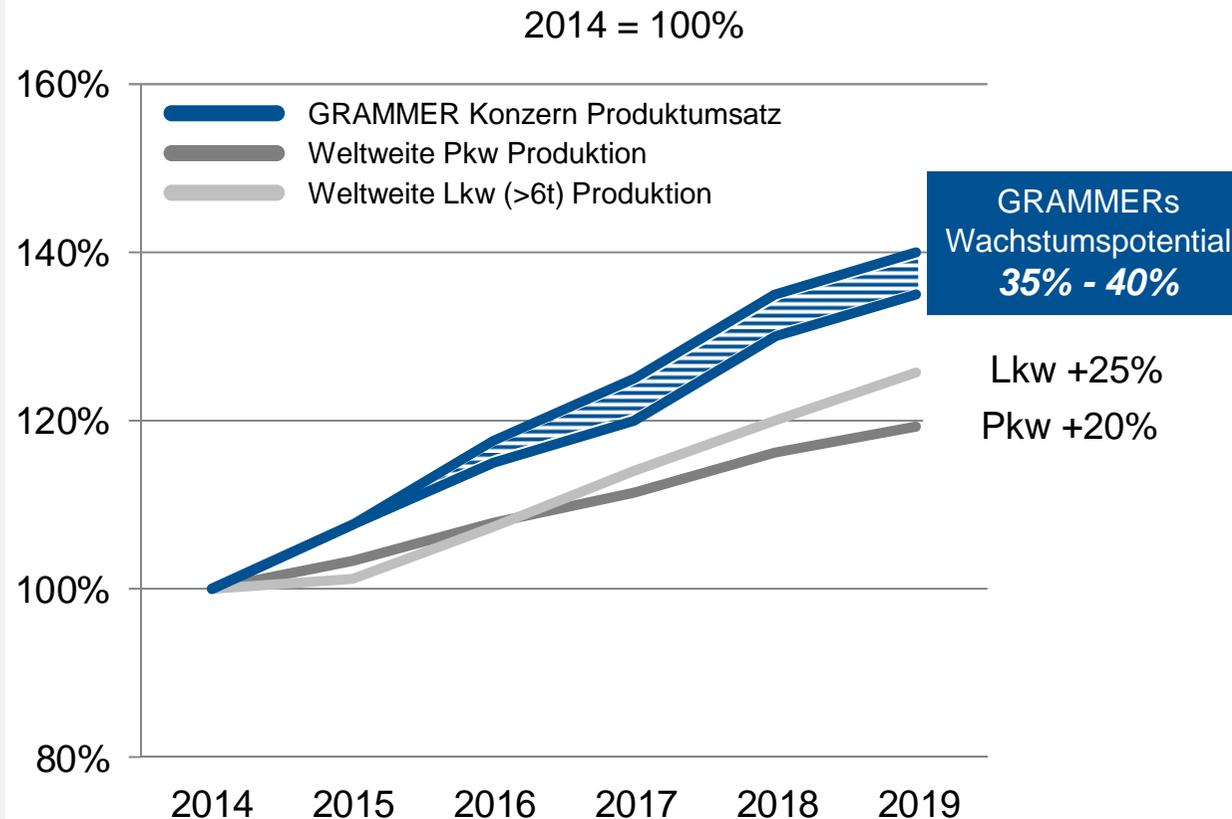
2015: 50% der Bevölkerung lebt in Städten  
2025: 60%, 2050: > 70%  
> *Massive Investitionen in Infrastruktur und Gebäude*

# GRAMMER KONZERN – GLOBALE WACHSTUMSTRATEGIE

Fazit – GRAMMERs Wachstumsstrategie kann Marktwachstum klar übertreffen



## Erwartete 5-Jahresentwicklung GRAMMER Konzern und Fahrzeugmärkte



Quelle: IHS, März 2015

## Fazit Strategie

- Starke globale Aufstellung in allen Kernmärkten & Regionen
- Breite Kundenbasis und größer werdender Anteil lokaler Kunden
- Hohes Potential in allen Segmenten und Regionen
- M&A stärkt Position
- Finanzielle Flexibilität für Wachstumsfinanzierung

GRAMMER ist gut aufgestellt für **profitables Wachstum und Wertsteigerung**



AUSBLICK 2015



### Weltweite Pkw-Produktion [in % zum Vorjahr]

	2014	Trend 2015
Europa	+3%	➔
Nordamerika	+5%	➔
Südamerika	-16%	➔
China	+8%	➔
Welt	+3%	➔

Quelle: IHS, März 2015

### Weltweite Lkw-Produktion (>6t) [in % zum Vorjahr]

	2014	Trend 2015
Europa	-6%	➔
Nordamerika	+17%	➔
Südamerika	-25%	➔
China	-5%	➔
Welt	-2%	➔

Quelle: IHS, März 2015, Südamerika = eigene GRAMMER-Erwartung

### Kommentare zur erwarteten Marktentwicklung:

- Pkw-Märkte mit vergleichbarer Entwicklung in 2015 wie Vorjahr (+2-3%), vor allem durch NAFTA & China
- Im Gegensatz zu aktuellen Prognosen wird der Lkw-Markt in Brasilien auch 2015 weiter schrumpfen
- Abschwächung in der Landtechnik hält an, vor allem bei den großen Traktoren und Erntemaschinen
- Stabile Entwicklung in den Märkten für Baumaschinen und Stapler erwartet

# GRAMMER KONZERN – AUSBLICK 2015

Umsatz von über 1,4 Milliarden Euro, EBIT auf Vorjahresniveau



## GRAMMER Konzern - Ausblick 2015:

### Umsatz:

- Spürbarer Umsatzanstieg auf über 1,4 Mrd. Euro im GRAMMER Konzern
- Gute Auftragslage und zusätzliche Kundenprojekte im Konzernsegment Automotive bilden die Basis für die Fortsetzung unseres Wachstumskurses
- Aufgrund des schwachen Marktumfelds wird keine nennenswerte Ausweitung des Umsatzes im Bereich Seating Systems erwartet

### EBIT

- EBIT wird beeinflusst durch Kostenbelastungen der noch nicht abgeschlossenen Erweiterungs- und Optimierungsprojekte, die im Rahmen der globalen Wachstumsstrategie in 2015 weitergeführt werden
- Anhaltende Abschwächung im Markt für Landmaschinen und die unsichere Entwicklung im brasilianischen Lkw-Markt wird sich auf das operative Ergebnis im Segment Seating Systems auswirken
- Im Segment Automotive wird ein positiver Ergebnisbeitrag durch das höhere Geschäftsvolumen erwartet
- Für den GRAMMER Konzern wird im Geschäftsjahr 2015 voraussichtlich erneut ein deutlich positives EBIT auf dem Niveau des Vorjahres erwirtschaftet werden.
- Aufgrund des erwarteten Umsatzwachstums kann eine leicht rückläufige Entwicklung der operativen Marge nicht gänzlich ausgeschlossen werden



## BACKUP INFORMATION



**GRAMMER**

# GRAMMER AG – AKTIENKURSENTWICKLUNG

GRAMMER Aktie im Sog des volatilen Börsenumfelds. Marktkap. > 400 Mio. €



## Aktienkursentwicklung Januar 2014 bis März 2015



### Basisdaten

ISIN	DE000589540
WKN / Code	589540 / GMM
Aktienanzahl	11.544.674
Marktkap., 15.03.2015	420 Mio. €
Hauptbörse	XETRA (Frankfurt)
Index	SDAX

### Aktionärsstruktur

DWS Investment	5,18%
Wynnefield	5,17%
EQMC	5,10%
BNP Paribas	5,02%
Dimensional	3,01%
Eigene Aktien	2,86%

### Finanzkalender 2015

Geschäftsbericht 2014:	30. März 2015
Analysten- und Bilanzpressekonferenz:	30. März 2015
Zwischenbericht Q1/2015:	06. Mai 2015
Hauptversammlung 2015:	20. Mai 2015
Zwischenbericht Q2/2015:	05. August 2015
Zwischenbericht Q3/2015:	04. November 2015

### Investor Relations Kontakt

Ralf Hoppe,  
VP Investor Relations, Communications,  
Marketing & Strategic Product Planning

Tel: +49 (0)9621 66 2200

Fax: +49 (0)9621 66 32200

Email: [investor-relations@grammer.com](mailto:investor-relations@grammer.com)

Internet: [www.grammer.com/investor-relations](http://www.grammer.com/investor-relations)

# GRAMMER KONZERN – HIGHLIGHTS 2014

Erfolgreiche Entwicklung trotz herausfordernder Märkte und hoher Vorleistungen



## Kennzahlen 2014

[IFRS, in Mio. €]

	2014	2013	Veränderung
Konzernumsatz	1.365,9	1.265,7	7,9%
EBITDA	93,7	92,3	1,5%
EBITDA-Marge	6,9%	7,3%	-0,4 %-P
EBIT	57,0	58,0	-1,7%
EBIT-Marge	4,2%	4,6%	-0,4 %-P
Ergebnis nach Steuern	33,6	29,6	13,5%
Ergebnis je Aktie in €	3,09	2,67	15,7%
Dividende in €	0,75*	0,65	15,4%
Eigenkapital	231,8	224,7	3,2%
Eigenkapital-Quote	28%	29%	-1 %-P
Nettofinanzverbindlichkeiten	86,7	93,2	-7,0%
Verschuldungsgrad	37%	41%	-4 %-P
Mitarbeiter (Stichtag)	10.700	10.082	6,1%

\*) Vorschlag

<i>[IFRS, in Mio. €]</i>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>
Konzernumsatz	1.365,9	1.265,7	1.133,0	1.093,5	929,7
EBITDA	93,7	92,3	78,1	76,9	59,2
EBITDA-Rendite	6.9%	7.3%	6.9%	7.0%	6.4%
EBIT	57,0	58,0	49,0	49,4	32,9
EBIT-Rendite	4,2%	4,6%	4,3%	4,5%	3,5%
Ergebnis nach Steuern	33,6	29,6	26,8	22,1	16,3
Ergebnis je Aktie in €	3,09	2,67	2,38	2,02	1,60
Bilanzsumme	836,5	766,0	668,8	625,2	559,4
Eigenkapital	231,8	224,7	210,3	211,2	173,1
Eigenkapitalquote	28%	29%	31%	34%	31%
Nettofinanzverbindlichkeiten	86,7	93,2	76,5	92,1	113,8
Verschuldungsgrad	37%	41%	36%	44%	66%
Investitionen (ohne M&A)	51,5	46,8	39,0	37,6	38,1
Abschreibungen	36,7	34,3	29,1	27,5	26,3
Mitarbeiter (31.12.)	10.700	10.082	8.620	8.726	7.955

This presentation has been prepared by Grammer AG solely for annual press and analyst conference on March 30, 2015. It has not been independently verified. It does not constitute an offer, invitation or recommendation to purchase or subscribe for any shares or other securities issued by Grammer AG. Nor shall any part of it form the basis of, or be relied upon in connection with, any contract or commitment whatsoever.

Therefore, neither Grammer AG nor any of its affiliates, advisors or representatives shall have any liability whatsoever (in negligence or otherwise) for any loss that may arise from any use of this document or its contents, or which otherwise results from this document.

This presentation includes assumptions, estimates, forecasts and other forward-looking statements, including statements about our beliefs and expectations regarding future developments as well as their effect on the results of Grammer. These statements are based on plans, estimates and projections currently available to the management of Grammer. Therefore, these statements are only valid for the date on which they are made, and we assume no obligation to publicly update them in the light of new information or future events. Furthermore, although management is of the opinion that these statements and their underlying beliefs and expectations are realistic, no guarantee can be given that the expected developments and effects will actually occur. Many factors may cause the actual development to be materially different from the expectations expressed here. Examples of such factors include, but are not limited to, changes in general economic and business conditions, fluctuations in currency exchange rates or interest rates, the launch of competing products, the lack of acceptance of new products or services and changes in business strategy.