

Liebe Aktionärinnen,
liebe Aktionäre,

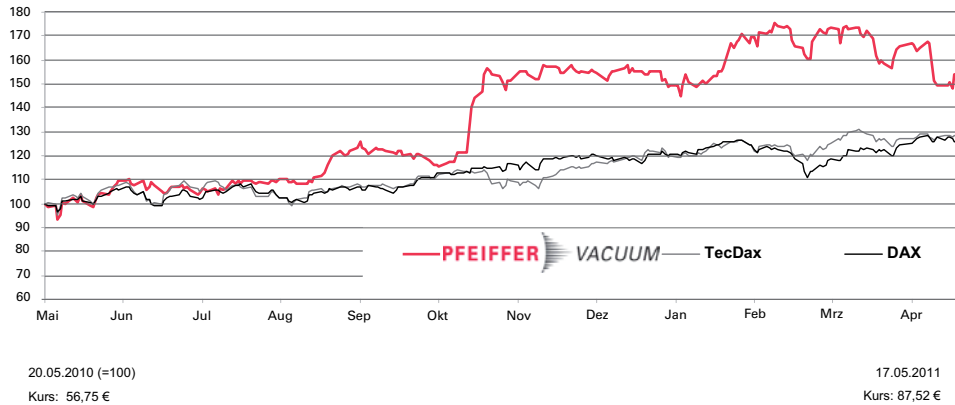
auch im Namen von Herrn Dr. Wiemer begrüße ich Sie sehr herzlich zu unserer heutigen Hauptversammlung.

Ich darf heute über ein erfolgreiches Jahr berichten, das sind Sie bereits gewohnt. Darüber hinaus kann ich aber auch über ein sehr ereignisreiches Jahr sprechen. Bevor ich damit im Detail beginne, möchte ich die Gelegenheit nutzen, allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Pfeiffer Vacuum Technology AG sowie deren Tochtergesellschaften dafür zu danken, dass sie mit ihrem großen Einsatz dazu beigetragen haben, dass das Jahr 2010 das erfolgreichste Jahr der Unternehmensgeschichte war. Neben dem Tagesgeschäft haben sich viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter engagiert, neue Herausforderungen anzunehmen und erfolgreich umzusetzen. Ich meine damit die beiden Akquisitionen, die wir in diesem abgelaufenen Geschäftsjahr realisieren konnten. Darauf gehe ich später noch detaillierter ein.

Vielen Dank auch an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die wie jedes Jahr im Vorfeld der Hauptversammlung mit viel „Leidenschaft für Perfektion“ dafür gesorgt haben, dass alles bestens vorbereitet ist und Sie sich heute bei uns wohlfühlen.



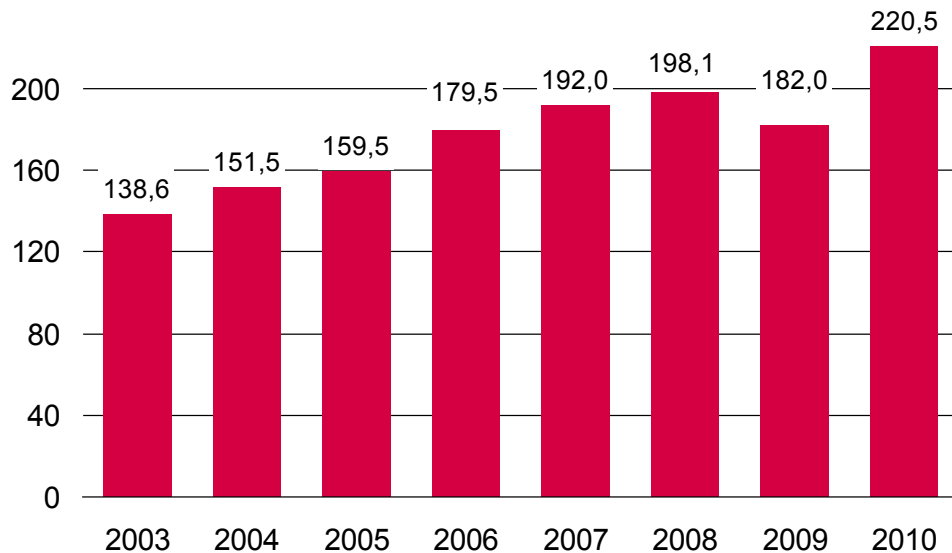
Relative Aktienkursentwicklung Pfeiffer Vacuum Mai 2010 bis Mai 2011



Womit Sie sich sicher wohlfühlen, ist die Aktienkursentwicklung seit unserem Zusammentreffen auf der letzten Hauptversammlung vor einem Jahr. Der Kurs hat einen großen Sprung gemacht, als wir die Übernahme eines unserer bis zu dem Tag größten Wettbewerber bekannt gegeben haben. Die unter dem Markennamen adixen bekannt gewordene Vakuumparte des Alcatel-Lucent Konzerns gehört seit Ende des Jahres zu uns und wir erwarten aus dem Zusammenschluss nichts Geringeres als die Weltmarktführerschaft. Dieses Potenzial haben auch Sie, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, erkannt und mit einer erhöhten Nachfrage nach unseren Aktien reagiert. Durch Ihr großes Vertrauen haben Sie uns in die Lage versetzt, mehr als die Hälfte der Akquisition durch eine 10-prozentige Kapitalerhöhung und den Verkauf eigener Aktien zu finanzieren. Der Wert der Pfeiffer Vacuum Technology AG ist im abgelaufenen Geschäftsjahr von rund 500 Mio. € auf knapp 900 Mio. € gestiegen. Der Wert Ihrer Aktien hat im Jahr 2010 um 50 Prozent zugelegt.

Wie Sie an der Abbildung des Kursverlaufs erkennen können, ist der Kurs mit einigen Schwankungen etwa auf dem Niveau geblieben. Uns zeigt diese Entwicklung, dass Sie, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, mit uns der Meinung sind, dass diese Akquisition die richtige Weichenstellung für die Zukunft der Pfeiffer Vacuum Technology AG war. Es ist nun unsere Aufgabe, die neuen Unternehmensteile so zu integrieren, dass die Profitabilität des neuen Unternehmens mittelfristig unseren gehobenen Ansprüchen genügt. Doch zum Thema Integration später mehr.

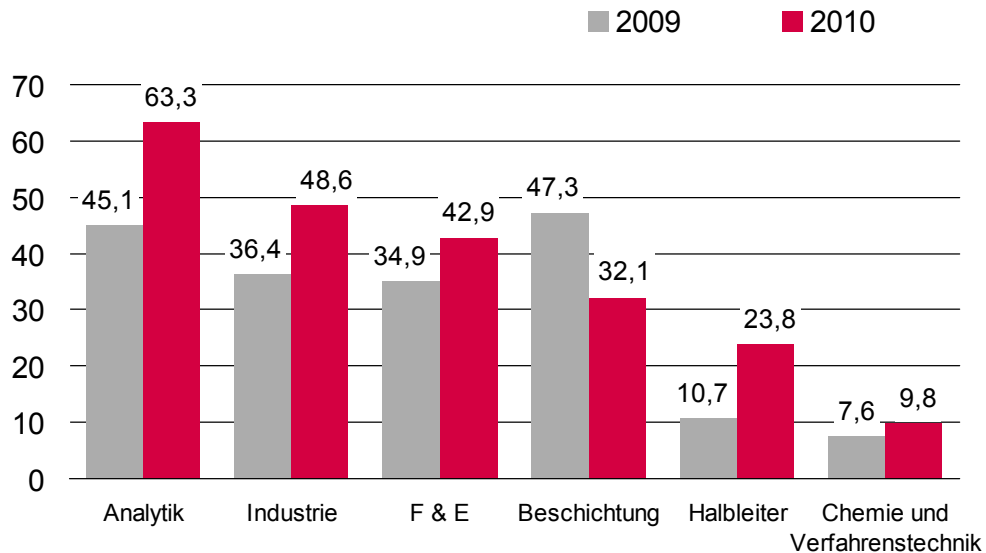
Umsatzentwicklung (in Mio. €)



Lassen Sie mich nun zunächst berichten, wie das Geschäftsjahr 2010 verlaufen ist und welche Gelegenheiten sich im Laufe des Jahres ergeben haben, die dazu führten, dass sich Pfeiffer Vacuum doch deutlich verändert hat.

2010 war gegen Ende wie zu seinem Anfang, nur noch besser. So könnte man den Verlauf dieses Jahres kurz zusammenfassen und damit meinen Part heute stark abkürzen. Aber über das bisher beste Jahr in der Unternehmensgeschichte will ich doch einige Worte mehr verlieren. Immerhin haben wir im Umsatz, ausgehend von sehr guten 182,0 Millionen Euro im Krisenjahr 2009, im Jahr 2010 mit 220,5 Millionen Euro den bisher höchsten Umsatz in der Unternehmensgeschichte erzielt.

Umsatzentwicklung nach Märkten (in Mio. €)

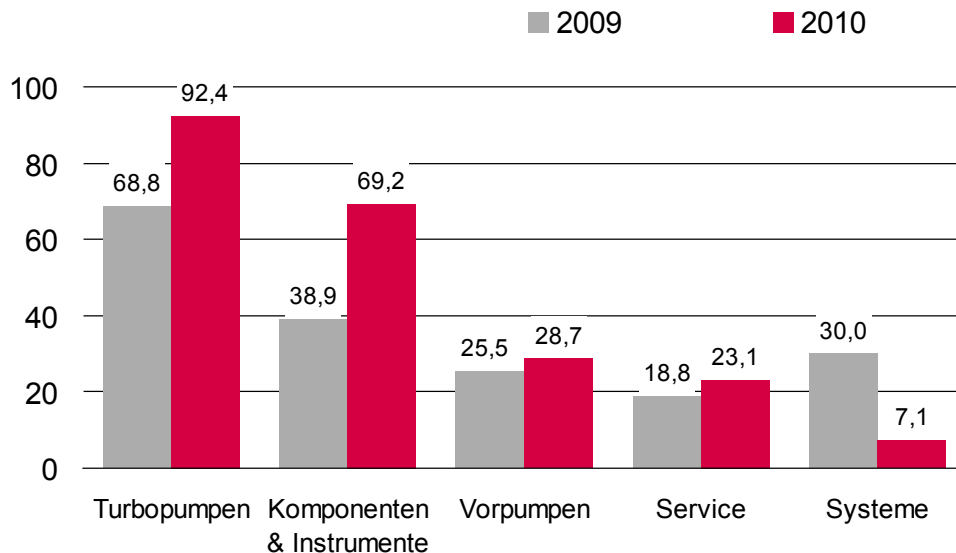


Die gute Umsatzentwicklung zieht sich durch alle Marktsegmente hindurch, wobei der Halbleitermarkt mit einem Wachstum von knapp 122 Prozent erwartungsgemäß an der Spitze steht. Aber auch die Marktsegmente Analytik, Industrie sowie Forschung und Entwicklung haben mit Steigerungsraten von 40,5 Prozent, 33,3 Prozent und 23,0 Prozent gut zugelegt.

Das Marktsegment Beschichtung ist das einzige Segment, das im Jahr 2010 eine rückläufige Entwicklung aufwies. Der Umsatz im Vorjahr war durch einen Großauftrag über den Bau von Anlagen zur Herstellung von Dünnschichtsolarzellen geprägt. Dieser Auftrag war bereits im Jahr 2009 weitgehend abgeschlossen, sodass im Jahr 2010 hier nur noch kleine Umsätze zu verzeichnen waren. Bereinigt um diesen Sondereffekt zeigt jedoch auch das Marktsegment Beschichtung ein positives Wachstum. Insbesondere haben wir Steigerungen im Untersegment Solar mit 37,5 Prozent und im Teilbereich Glasbeschichtung mit 67,9 Prozent verzeichnet. Der Solarbereich, um diese Frage von Ihnen vorwegzunehmen, machte im abgelaufenen Geschäftsjahr 6,4 Prozent vom Gesamtumsatz aus.

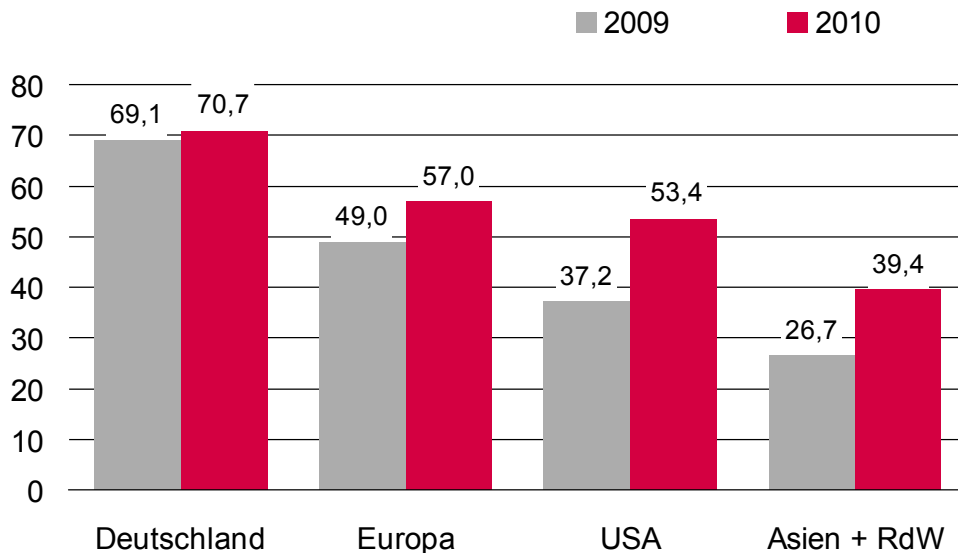
Das kleinste Marktsegment Chemie- und Verfahrenstechnik weist ebenso einen respektablen Zuwachs von 29,0 Prozent aus, allerdings von einer niedrigen Basis kommend. Zukünftig wird dieses Segment im Bereich Industrie geführt und nicht mehr extra ausgewiesen werden.

Umsatzentwicklung nach Produkten (in Mio. €)



Die Umsatzentwicklung nach Produkten zeigt in allen Kategorien deutlich zweistellige Wachstumsraten – abgesehen von den Systemen. Der gleiche Sondereffekt aus einem Solarauftrag im Vorjahr sorgt hier für einen Umsatzrückgang (um 76,2 Prozent). Hingegen kann unsere bislang wichtigste Produktkategorie, die Turbopumpen, mit einer beeindruckenden Steigerung um 34,2 Prozent aufwarten. Das knapp 78-prozentige Wachstum der Kategorie „Komponenten und Instrumente“ ist zum einen auf die erstmalige Einbeziehung von Trinos Vakuum-Systeme zurückzuführen. Zum anderen spiegelt sich hier die hervorragende Entwicklung des Analytikmarktes in der Nachfrage nach Mess- und Analyseinstrumenten wider. Der Anstieg bei den Vorpumpen liegt bei 12,4 Prozent und geht insbesondere auf die gute Entwicklung im Marktsegment Industrie zurück. Das Wachstum von 23,5 Prozent im Service ist sowohl konjunkturell bedingt als auch den schnelleren Durchlaufzeiten infolge der Neuorganisation geschuldet.

Umsatzentwicklung nach Regionen (in Mio. €)



Auch in der Aufschlüsselung nach Regionen ist die Umsatzentwicklung eine einzige Erfolgsstory. Diese Aussage mögen Sie angesichts der geringen Steigerung von 2,3 Prozent in Deutschland für übertrieben halten. Auch diese liegt an dem gleichen Sondereffekt durch einen Großauftrag aus der Solarindustrie, den ich bereits erwähnt habe. Diesen Effekt haben wir in diesem Jahr nicht nur durch die erstmalige Einbeziehung unserer neuen Tochtergesellschaft Trinos Vakuum-Systeme, sondern auch durch eine Steigerung unseres Kerngeschäfts mehr als ausgeglichen. Im übrigen Europa betrug die Umsatzsteigerung 16,4 Prozent, wobei das Wachstum insbesondere in den Segmenten Analytik und Industrie begründet liegt.

Weitaus höhere zweistellige Steigerungsraten verzeichneten wir mit 43,2 Prozent in den USA und mit 47,7 Prozent in Asien und dem Rest der Welt. Die Erholung im Halbleitermarkt ist in beiden Regionen der Wachstumstreiber, wobei in den USA auch die Marktsegmente Analytik und Industrie ihren Beitrag leisteten. In Asien haben wir neben Fortschritten in den Marktsegmenten Analytik sowie Forschung und Entwicklung auch Marktanteile im Bereich Beschichtung gewonnen und die Grundlage für weiteres Wachstum geschaffen.



Ergebniskennzahlen (in Mio. €)

	2010		2009		Veränderung
Umsatz	220,5		182,0		+ 21,1 %
Bruttoergebnis	102,9	46,7 %	78,3	43,0 %	+ 31,4 %
Betriebsergebnis (EBIT)	52,9	24,0 %	37,8	20,8 %	+ 40,1 %
Vorsteuerergebnis (EBT)	54,5	24,7 %	38,4	21,1 %	+ 41,9 %
Nettoergebnis	38,3	17,4 %	27,6	15,2 %	+ 38,2 %
Ergebnis je Aktie (in €)	4,40 €		3,24 €		+ 35,8 %

In den Ergebniskennzahlen zeigt sich die alte Pfeiffer Vacuum Stärke. Bruttoergebnis und Bruttomarge wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr neben Effizienzsteigerungen auch durch den Produktmix positiv beeinflusst. Die Betriebsergebnismarge liegt nach respektablen 20,8 Prozent im Krisenjahr 2009 bei ausgezeichneten 24,0 Prozent. Ohne die Einmalaufwendungen im Zusammenhang mit dem Erwerb von adixen wäre die Marge noch etwas höher gewesen. Mit einem Nettoergebnis in Höhe von 38,3 Millionen Euro erzielte Pfeiffer Vacuum im abgelaufenen Geschäftsjahr das bisher höchste Ergebnis der Firmengeschichte.

Auch das Ergebnis je Aktie weist mit 4,40 Euro einen Rekordwert auf. Die Steigerungsrate liegt mit 35,8 Prozent leicht unter der des Nettoergebnisses. Dies ist darauf zurückzuführen, dass bei der Berechnung des Ergebnisses je Aktie der durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktienbestand zu berücksichtigen ist. Dieser Wert wurde durch die Kapitalerhöhung um 10 Prozent und die Veräußerung der eigenen Anteile im November 2010 im Vergleich zum Vorjahr geringfügig erhöht.



Veränderungen in der Vermögenslage (in Mio. €)

	per 10-12-31	per 09-12-31
Bilanzsumme	472,7	159,1
Eigenkapital	270,0	138,3
Fremdkapital	202,7	20,7
davon Bankverbindlichkeiten	78,1	0,0
Nettoverschuldung	0,0	0,0

Die Bilanz von Pfeiffer Vacuum hat sich aufgrund der Übernahme von adixen zum 31. Dezember 2010 sichtbar geändert. Die Bilanzsumme hat sich auf 472,7 Millionen Euro zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres von 159,1 Millionen Euro zum 31. Dezember 2009 annähernd verdreifacht. Damit einher geht eine Veränderung der Bilanzstruktur. Denn obwohl sich das Eigenkapital mit 270,0 Millionen Euro zum 31. Dezember 2010 im Vergleich zum Vorjahr nahezu verdoppelt hat, ist die Eigenkapitalquote von 87,0 Prozent auf 57,1 Prozent gesunken. Die Veränderung der Bilanzrelationen geht maßgeblich auf die Einbeziehung von adixen in den Konzern zurück. Einen großen Anteil am Fremdkapital hat die Aufnahme eines Bankdarlehens zur Finanzierung der Akquisition. Insgesamt beläuft sich das Fremdkapital auf 202,7 Millionen Euro zum Ende des letzten Geschäftsjahres. Trotz der hohen Fremdmittelaufnahmen im Jahr 2010 bestehen unter Berücksichtigung der liquiden Mittel in Höhe von 85,0 Millionen Euro keine Nettofinanzverbindlichkeiten. Darüber hinaus verfügt der Konzern über freie Kreditlinien in Höhe von 17,3 Millionen Euro.

Ausgewählte Bilanzpositionen (in Mio. €)

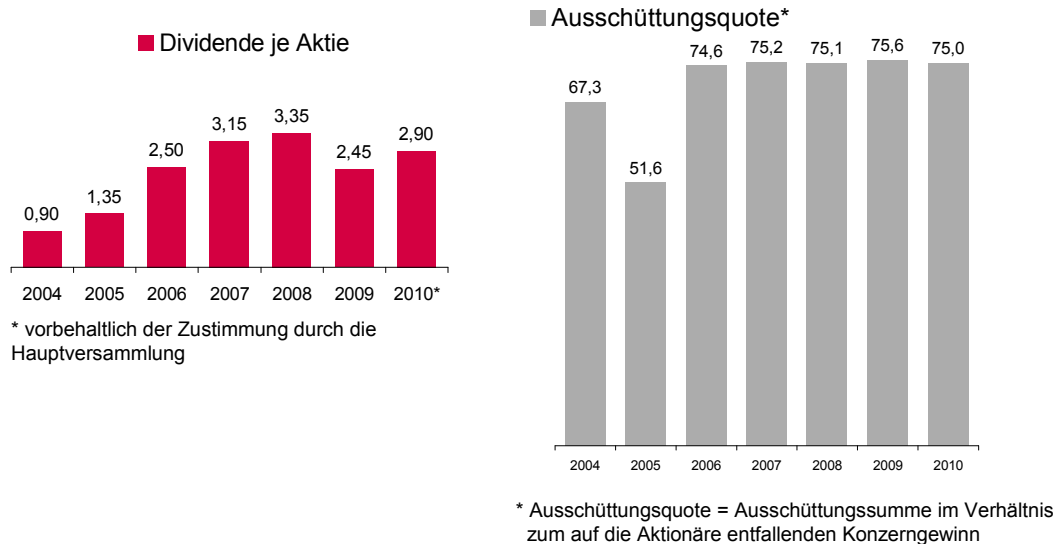
	per 10-12-31	per 09-12-31
Immaterielle Vermögenswerte	93,6	0,8
Vorräte	104,5	17,5
Forderungen	95,1	32,3
Verbindlichkeiten	73,4	5,5
Flüssige Mittel	85,0	62,0

Sehr deutliche Veränderungen haben sich beim Goodwill und beim Working Capital ergeben. Der Anstieg bei den immateriellen Vermögenswerten ist fast ausschließlich im Goodwill in Höhe von 91,1 Millionen Euro begründet, der sich durch die beiden Unternehmenserwerbe im vergangenen Jahr ergeben hat. Für adixen alleine bedeutet dies einen Goodwill in Höhe von 82,9 Millionen Euro. Diese Zahl ist gemäß IFRS als vorläufige Angabe zu betrachten, da die Kaufpreisallokation noch nicht erfolgte. Im Laufe des Jahres wird der Goodwill angepasst werden.

Der relativ hohe Bestand an Vorräten liegt zum einen an unterschiedlichen Anwendungen und Einsatzgebieten der Produkte von adixen in aggressiven Prozessumgebungen mit einem hohen Bedarf an schnell verfügbaren Austauschpumpen. Zum anderen werden in Annecy Teile für die Produktionsstätte in Korea vorgefertigt und dorthin verschifft. Dies beinhaltet eine längere Versanddauer, die sich auf den Vorratsbestand auswirkt.

Die erhöhten Forderungen sind im Wesentlichen bedingt durch hohe Forderungen in den neu erworbenen Unternehmensteilen. Dieser Position stehen Verbindlichkeiten in ähnlicher Höhe gegenüber. Wir sehen durchaus Potenzial, hier zukünftig effizientere Strukturen zu schaffen.

Entwicklung der Dividendenausschüttung



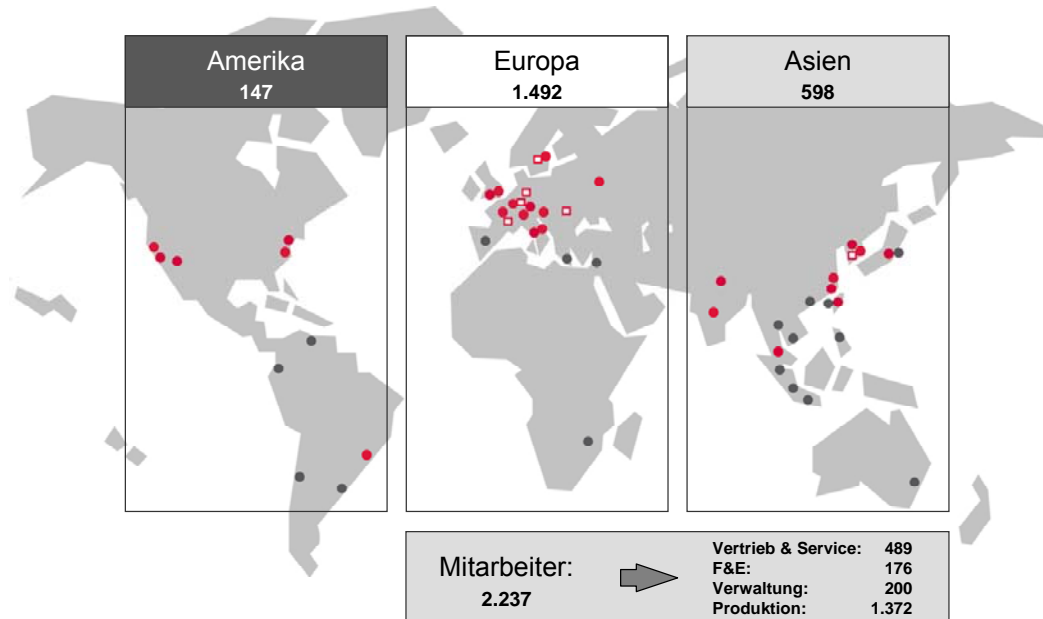
Pfeiffer Vacuum ist einer der dividendenstarken Titel am deutschen Aktienmarkt. Dieser Philosophie möchte die Pfeiffer Vacuum Technology AG treu bleiben, auch wenn im Jahr 2010 rund 200 Millionen Euro in den Erwerb von adixen investiert wurden. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen Ihnen daher vor, für das Geschäftsjahr 2010 eine Dividende von 2,90 Euro je Aktie auszuschütten. Mit einem Ausschüttungsvolumen von 28,6 Millionen Euro werden damit, Ihre Zustimmung vorausgesetzt, erneut 75 Prozent des Konzerngewinns an Sie ausgezahlt.

Wie Sie sehen, profitieren Sie, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, davon, dass Pfeiffer Vacuum hinsichtlich seiner Profitabilität auch im Jahr 2010 eines der erfolgreichsten Unternehmen Deutschlands ist. Aber auch unsere Mitarbeiter profitieren davon. Zum einen, weil sie einen krisensicheren Arbeitsplatz haben, konjunkturell bedingten Stellenabbau gab es bei Pfeiffer Vacuum seit dem Börsengang 1996 und der damit verbundenen Selbstständigkeit nicht. Zum anderen erhalten unsere Mitarbeiter neben den üblichen Zahlungen auch eine Sonderzahlung, die sich am Erfolg der jeweiligen Gesellschaft orientiert. Im Fall der Pfeiffer Vacuum GmbH, also der produzierenden Gesellschaft hier am Standort Asslar, waren das für das Jahr 2010 freiwillige Sonderzahlungen von etwa 1,5 Monatslöhnen bzw. -gehältern sowie ein Beitrag zur Altersversorgung. Ich rede dabei nicht von Urlaubs- und Weihnachtsgeld. Dies ist ohnehin Standard.

Sie sehen, Pfeiffer Vacuum ist nicht nur für Aktionäre attraktiv. Das Unternehmen ist auch ein sehr attraktiver Arbeitgeber. Fachkräftemangel ist für uns daher bis heute kein Thema. Moderne Arbeitsplätze und familienfreundliche Arbeitszeitmodelle bieten einen flexiblen Rahmen, auf die Bedürfnisse des Marktes, aber besonders auch auf persönliche Bedürfnisse einzelner Mitarbeiter einzugehen. Lassen Sie mich beim

Thema Standort bleiben. Nach zwei Akquisitionen hat sich die Pfeiffer-Landkarte und die Anzahl der Mitarbeiter deutlich verändert.

Mitarbeiter nach Regionen



Wir haben nun 2.237 Mitarbeiter verteilt auf 29 Einzelgesellschaften, wobei sich die Zahl der Einzelgesellschaften bis Jahresende sicherlich noch etwas reduzieren wird, ohne dass damit eine große strukturelle Veränderung einhergehen wird.

Damit kommen wir nun zu dem Thema, das Herrn Dr. Wiemer und mich im Jahr 2010 am meisten beschäftigt hat und das für Sie von großem Interesse sein wird.

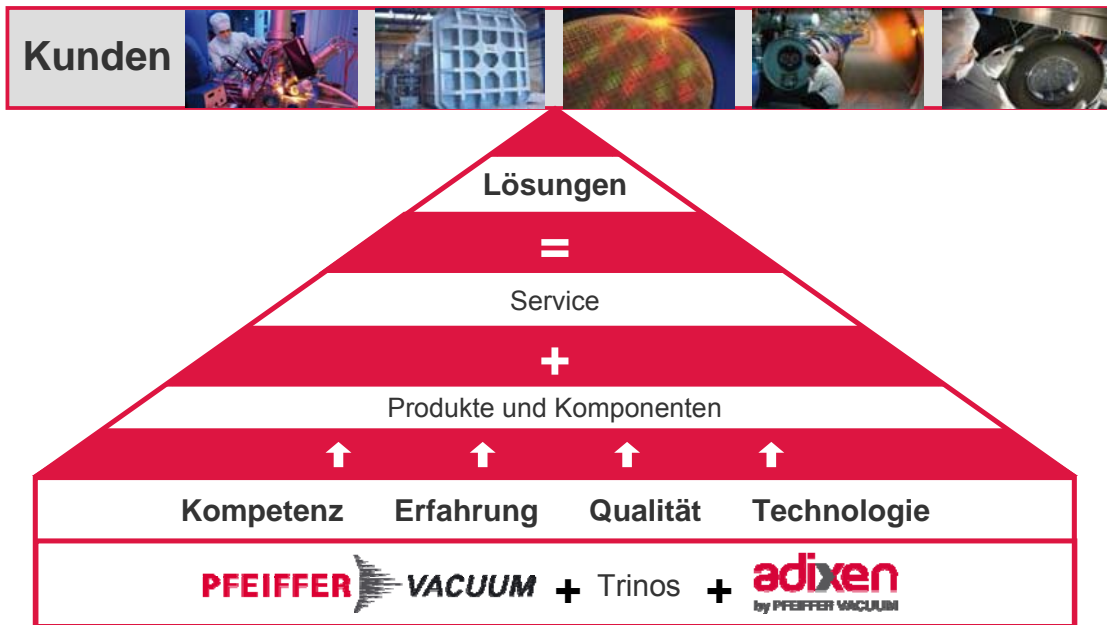
Zum 1. Januar 2010 haben wir das Göttinger Unternehmen Trinos Vakuum-Systeme GmbH gekauft. Zum Ende des Jahres akquirierten wir dann unseren Wettbewerber adixen, die Vakuumparte des Alcatel Lucent Konzerns.

Während es sich bei Trinos um ein kleines, feines Unternehmen handelt, dessen Integration man bereits als abgeschlossen betrachten kann, ist adixen genau genommen nicht ein Unternehmen, sondern ein Konglomerat von 15 weltweit verteilten Produktions-, Vertriebs- und Servicegesellschaften. Mit anderen Worten, wir haben einen zweiten Konzern dazu gekauft, der im Jahr 2010 etwas größer war als wir selbst. Für Pfeiffer Vacuum bedeutet dies eine erhebliche Veränderung, die schwerwiegendste seit dem Börsengang 1996.

Wir, Vorstand und Aufsichtsrat, haben diesen Schritt nach sorgfältiger Prüfung, unterstützt durch externe Juristen und Wirtschaftsprüfer, schließlich gemacht. Warum?

Ein Bergsteiger hat einmal auf die Frage, warum er auf Berge steige, geantwortet „Weil sie da sind“. Analog erlaube ich mir gelegentlich die scherzhafte Antwort auf die Frage, warum wir das Unternehmen adixen gekauft haben: „Weil es verkauft wurde.“ Diese Antwort wird Sie sicherlich nicht befriedigen. Ich erläutere deshalb im Folgenden unsere Strategie und die Folgen für Pfeiffer Vacuum.

Ziel: Weltweit führend bei Vakuum-Lösungen



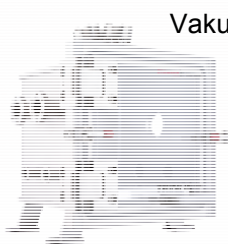
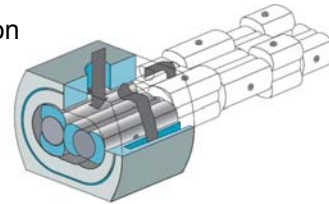
Unser Ziel ist klar: Wir haben drei starke Marken mit qualitativ hochwertigen Produkten und guten Marktpositionen. Daher streben wir die Weltmarktführerschaft im Vakuummarkt an. Die Nummer 2 am Weltmarkt sind wir schon jetzt. Wenn ich daran denke, mit welcher Motivation und mit welchem Engagement – ich möchte fast sagen Euphorie – sich weltweit unsere Mitarbeiter, vor allem im Vertrieb, an die Integration dieser Marken machen, bin ich sehr zuversichtlich im Hinblick auf unseren weiteren Weg. Wir haben die besten Leute, die richtigen Produkte und den perfekten Teamgeist, um an die Poleposition zu kommen.

Kernkompetenzen von Pfeiffer Vacuum, Trinos und adixen



Turbopumpen
von
Pfeiffer Vacuum

Multi-Stage-
Roots-
Pumpen von
adixen



Vakuumkammern
von
Trinos

Lecksucher
von adixen



Einfach aus dem Grund, weil die Schwerpunkte von Pfeiffer Vacuum, Trinos und adixen so unterschiedlich sind und sich dabei so gut ergänzen.

Das Produktportfolio von Pfeiffer Vacuum basiert auf Standardprodukten. Es enthält eine große Anzahl unterschiedlicher Pumpen, Messgeräte und Komponenten für verschiedene Anforderungen und Anwendungsgebiete. Unsere bisher prominenteste Produktfamilie ist die der Turbopumpen. Diese wurde vor über 50 Jahren in unserem Haus erfunden. Heute bieten wir diese Art Vakuumpumpe in einem breiten Spektrum an Saugvermögen, Gewichtsklassen und Geschwindigkeiten an.

Trinos entwickelt und produziert ein breites Spektrum an Vakuumkammern aus allen infrage kommenden Materialien. Dabei richten sich die Gestaltung und die Dimensionierung der Kammern nach den Anforderungen unserer Kunden. So hat Trinos bereits Rezipienten mit 2,5 m Durchmesser und 11 m Länge angefertigt.

Die Produktpalette von adixen beinhaltet insbesondere bei den Vorpumpen Lösungen für eine Vielzahl von Anwendungen. Zum Beispiel haben sich die Vorpumpen von adixen über Jahrzehnte einen hervorragenden Ruf für ihre Robustheit und zuverlässige Langzeitstabilität erworben. Die Multi-Stage-Roots-Pumpe ist seit gut zehn Jahren eine Kerntechnologie von adixen und in vielen Anwendungen am Markt etabliert. Dazu ist adixen weltweit der einzige Anbieter von Lösungen für hochempfindliche Lecksuche und Dichtheitsprüfung mit den beiden Prüfgasen Helium und Wasserstoff.

Weltweites Service- und Vertriebsnetz



So schnell wie bei Trinos wird die Integration von adixen nicht vonstatten gehen. Wir haben jetzt weltweit eine große Mannschaft aufgestellt. Die soll nicht einfach addiert, sondern regelrecht zusammengeführt werden. Dazu sind viele Einzelschritte notwendig. Alleine die inzwischen fast 500 Personen zählende Vertriebsmannschaft zu koordinieren bedarf eines strikt systematischen Vorgehens, welches ich Ihnen kurz darlegen möchte.

Meilensteine & Aktionen



Die erste Phase der Information und Evaluierung haben wir schon so gut wie abgeschlossen. Dafür waren wir in den ersten Wochen dieses Jahres sehr viel auf Reisen, haben die Teams zusammengeführt, Kunden besucht und die neue strategische Ausrichtung eruiert. Unser Hauptaugenmerk lag zunächst auf dem Vergleich der Kernkompetenzen, der Strukturen, Aufgaben, Verantwortungen und Prozessen. Auch mussten die bisher unterschiedlich gehandhabten Zuordnungen zu Marktsegmenten neu festgelegt und gleich die ersten globalen Kundenzuordnungen durchgeführt werden. Wir leben nun einmal in einer globalisierten Welt, was sich auch in der weltweiten Aufstellung vieler unserer Kunden bemerkbar macht. Wichtig ist es, gleich von Anfang an effektive Prozesse zu definieren und dabei die Markenleitlinien zu berücksichtigen.

Fast kommt es uns ein bisschen verwegen vor, aber wir haben bereits in den ersten Wochen unseres Zusammenschlusses gemeinsame Projekte zu kundenspezifischen Vakuumlösungen gestartet, z. B.:

- ACP + HiPace
- A100L + HiPace
- Lecksucher ASM + HiPace.

So allmählich kommen wir in die zweite Phase, in der es uns gelingen soll, aus zwei Unternehmen ein großes Ganzes zu formen. Ich habe bereits angesprochen, dass sich in diesem Zuge die aktuell recht große Zahl an Untergesellschaften reduzieren wird.

Alles, was wir bisher gesichtet haben, soll nun festgelegt werden. Hier geht es jetzt um die neue Verteilung von Kernkompetenzen, Aufgaben und Verantwortungen, und um die Einrichtung effektiver Strukturen und Prozesse. Dazu gehört auch die Festlegung des jeweiligen Koordinators der Marktsegmente Halbleiter, Analytik, Industrie, F & E und Beschichtung. Die Kunden und Anwendungen müssen dieser Struktur zugeordnet werden ebenso wie das internationale Berichtswesen. Schließlich, und das wird Sie hinsichtlich der Profitabilität besonders interessieren, müssen wir die Pricing-Prozesse international durchsetzen ebenso wie auch unser altbekanntes „Profit-vor-Umsatz“-Denken.

Schließlich soll am Ende ein Unternehmen stehen, welches über die reine Addition der beiden bisherigen Wettbewerber hinausgeht. „Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile“ – so haben wir Anfang des Jahres alle unsere Mitarbeiter begrüßt, um Ihnen deutlich zu machen, dass wir mit diesem Jahr ein neues Kapitel in der Geschichte der Vakuumtechnik aufschlagen.

Wir positionieren uns klar für weiteres Wachstum. Im Halbleitermarkt sind wir noch die Nummer 2. Wir werden adixens Zugang zu diesem Markt nutzen. Unsere HiPace-Serie ist sehr gut für neue Implanter-Anwendungen geeignet. Wir sehen uns also perfekt gerüstet, es mit der Nummer 1 aufzunehmen.

Im Analytikmarkt sind wir jetzt schon die Nummer 1. Zusammen mit den Produkten von adixen können wir uns hier noch breiter aufstellen. In der sonstigen Industrie sind wir die Nummer 1 bei hochwertigen Anwendungen. Durch die Kombination der trockenen Vorpumpen von adixen mit unseren Wälzkolbenpumpen decken wir ein noch breiteres Anwendungsspektrum ab. Außerdem können wir hier Handelsware durch eigene Pumpen ersetzen und damit unsere Marge stärken. Im F & E Markt ist Pfeiffer Vacuum seit Jahren die Nummer 1, adixen hatte bisher kaum Zugang zu diesem Markt. Dadurch ergibt sich also neues Potenzial. Und bei der Beschichtung sind wir gemeinsam sowieso die Nummer 1.

Am Ende wird Pfeiffer Vacuum dann anders aussehen als Sie, meine sehr geehrten Damen und Herren, es kennen. Wir werden drei Produktionsgesellschaften mit optimierten Kernkompetenzen haben. Alle Vertriebs- und Marketingaktivitäten sowie der Service werden in einer neu zu gründenden Gesellschaft vereint werden, unter die dann auch die weltweiten Vertriebsgesellschaften fallen werden. Die AG wird als Muttergesellschaft einige übergreifende Ressorts, wie zum Beispiel das Controlling und die Finanzverwaltung, beinhalten.

Sie sehen, es bleibt spannend!

Produktionsstandorte Pfeiffer Vacuum, Trinos und adixen

Asslar



Annecy, Frankreich



Cluj, Rumänien



Göttingen



Asan, Korea



Linköping, Schweden



Ich möchte an dieser Stelle auch kurz auf die Produktionsgesellschaften eingehen. Hier werden wir eine gemeinsame Vorgehensweise bei der Lean Production einführen, die in erster Linie die Konzentration auf den Wertstrom beinhaltet. Das Ziel besteht in der Reduzierung von Lagerbeständen, Durchlaufzeiten und Herstellkosten. Der Weg dorthin führt über eine Analyse der Fertigungsmöglichkeiten zur besseren Auslastung der Maschinen und Anlagen. Wo dies Sinn macht, kann die Fertigung einzelner Produkte in einen anderen Standort verlagert werden. Dazu vergleichen wir die Technologien und stimmen die Investitionen in die einzelnen Produktionsstandorte ab. Für uns steht ganz klar die Prüfung im Vordergrund, welches Produktionskonzept welche Vorteile hat. Im Anschluss entwickeln wir „best practice“-Standards für alle Produktionseinheiten.

Beispiel Messestand



Alle eben skizzierten Maßnahmen werden durch die Umsetzung unserer Markenstrategie flankiert. Auch hier haben wir bereits erste Erfolge erzielt und das adixen-Logo angepasst. Ein großartiges Beispiel war unser erster gemeinsamer Stand im April auf der Hannover Messe. Auf der Präsentation sehen Sie den Stand, mit einer Eisenbahn in der Mitte, die regelmäßig mit Helium gefüllt wurde, welches durch ein Leck entwich. Mittels unserer Lecksucher in den kleinen roten Toren, durch die die Bahn auf ihren Runden fuhr, wurden rote Lichter ausgelöst. Neben solchen Spielereien hatten wir auch eine voll funktionstüchtige Vakuumkammer von Trinos dabei, an die eine Pfeiffer Vacuum Turbopumpe und eine adixen Vorpumpe anmontiert war. Alles in allem war der Stand durch die hervorragende Zusammenarbeit der Mitarbeiter von Pfeiffer Vacuum, Trinos und adixen. Auch unsere Kunden zeigten sich sehr zufrieden mit uns und wir erhielten großen Zuspruch.

Entwicklung der Auftragseingänge (in Mio. Euro)

	Q1 2011	Q1 2010	Veränderung
Auftragseingänge	151,7	49,4	+ 207,1 %
Auftragsbestand am 31. März	99,3	41,7	+ 138,1 %

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

was Sie nun am meisten interessiert, ist, wie es in diesem Jahr weitergeht.

Der Auftragseingang des 1. Quartals liegt um über das Doppelte über dem des Vorjahres. Dies liegt sowohl an der erstmaligen Einbeziehung des adixen Geschäfts als auch an der sehr guten Entwicklung in allen Unternehmensbereichen. Die Book to Bill Ratio, das Verhältnis von Auftragseingang zu Umsatz, lag per 31. März 2011 bei 1,06. Der Anstieg beim Auftragsbestand ist wieder überwiegend auf die adixen Sparte, aber auch auf ein gestiegenes Auftragsvolumen im bisherigen Pfeiffer Vacuum Konzern zurückzuführen.



Prognose für das Gesamtjahr 2011

- Geschätzter kombinierter Umsatz für 2011: etwa 550 Mio. €
- Auswirkungen der Währungsveränderungen sind schwer einschätzbar
- EBIT-Marge in 2011 wird um 15 % liegen

Aufgrund der guten Auftragseingänge haben wir bereits vor drei Wochen unser Umsatzziel für das Gesamtjahr auf etwa 550 Mio. Euro angehoben. Eine starke Veränderung des US-Dollars gegenüber dem Euro kann sich dabei auf unseren Umsatz auswirken. Auf der Ebene der EBIT-Marge haben sich in diesem Jahr schon Auswirkungen aus Wechselkurseffekten gezeigt. Diese können sich im weiteren Verlauf des Jahres umkehren. Von einem noch schwächeren US-Dollar gehen wir derzeit nicht aus. Wir rechnen im ersten Jahr des Zusammenschlusses mit adixen mit einer EBIT-Marge von um die 15 Prozent. Wie Sie meinem Vortrag entnehmen können, ergeben sich viele Potenziale aus der Zusammenarbeit, sodass wir überzeugt sind, mittelfristig, das heißt in zwei bis drei Jahren, die operative Marge wieder auf 20 Prozent zu bringen.



Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!

Damit danke ich Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit und wünsche Ihnen weiterhin eine interessante Hauptversammlung.