

Bilanzpressekonferenz 2010

Amberg / Frankfurt

31. März 2010

GRAMMER GROUP





GRAMMER Group

UNTERNEHMENSPROFIL

GRAMMER IN 2009 VON FINANZKRISE GETROFFEN



GRAMMER Konzern Kennzahlen 2009 [in Mio. EUR]

<i>Gewinn- und Verlustrechnung</i>	2009	2008
Konzernumsatz	727,4	1.007,0
EBITDA	2,6	55,4
EBIT	-23,9	32,0
EBIT ohne Einmalaufwend.	-8,8	39,0
Ergebnis vor Steuern	-31,5	19,6
Ergebnis nach Steuern	-28,2	14,1
 <i>Bilanz</i>		
Bilanzsumme	500,4	481,0
Eigenkapital	151,0	173,0
Eigenkapital-Quote	30%	36%
Nettofinanzverbindlichkeiten	106,2	80,2

Technologieführer und Trendsetter bei Offroad-Sitzsystemen und PKW Innenausstattungen

- Markt- und Technologieführer in allen relevanten Märkten
- Trendsetter bei Ergonomie, Sicherheit und Komfort
- Führender Lieferant von Sitzsystemen und Sitzkomponenten mit hoch-innovativen Produkten
- Globale Positionierung mit einem weltweiten Produktions-, Vertriebs- und Entwicklungsnetzwerk
- Starkes Markenimage, anerkannt für Innovation, Design, Qualität und Ergonomie

AUTOMOTIVE

Kopfstützen

Armlehnen

Mittelkonsolen

SEATING SYSTEMS

Offroad

Truck & Bus

Railway

Führender Zulieferer für Automobilzulieferer mit hochwertigen Innenraumprodukten

- Erfahrener Entwicklungs- und Serienlieferant der OEM's oder TIER 1
- Entwicklung, Herstellung und Vertrieb von Innenraumkomponenten und -modulen
- Hochwertige Innenraumprodukte mit Schwerpunkt auf Mittel-, Ober- und Premiumklasse
- Gezielter Marktausbau mit definierten Kunden in Europa, Asien und NAFTA mit kompletter Produktrange
- „Customer oriented design“ mit einem globalen F&E-Netzwerk in Asien, Europa und den USA



**Mittel-
konsole**



**Armlehne
(Hinten)**



**Armlehne
(Vorn)**



**Kopfstütze
(Crash-Aktiv)**



**Kopfstütze
(Komfort)**

Weltmarktführer und Trendsetter für Sitzsysteme in Nutzfahrzeugen

- Marktführer und Trendsetter in den relevanten Kernmärkten
- Technologieführer mit hochinnovativen Produkten
- Einziger „Global Player“ für gefederte Fahrer- und Passagiersitze
- Starkes Markenimage, anerkannt für Innovation, Design, Qualität und Ergonomie
- Marktführer für Passagiersitze im Highspeed-Zügen und im Fernverkehr



**Gabelstapler-
sitz**



**Traktor-
sitz**



**Baumaschinen-
sitz**



**Lkw-
sitz**



**ICE Passagier-
sitz**



GRAMMER Group
GESCHÄFTSJAHR 2009

Herausforderungen und Gegenmaßnahmen im Krisenjahr 2009

Problem: **Starker Umsatzeinbruch bei Automotive und Lkw**

- Maßnahme:**
- ✓ Schnelle und konsequente Kostenreduzierung und Liquiditätsoptimierung
 - ✓ Massiver Kapazitäts- und Personalabbau in allen ausländischen Werken
 - ✓ Kurzarbeit in allen deutschen Standorten inklusive Konzernzentrale seit Januar 2009

Problem: **Starker und abrupter Einbruch im Offroad-Segment**

- Maßnahme:**
- ✓ Abbau von rund 500 Mitarbeitern in den 3 Amberger Standorten in zwei „Wellen“
 - ✓ Ausdehnung der Kurzarbeit

Problem: **Niedrigeres Marktniveau wird sich in den nächsten Jahren nur langsam wieder erholen**

- Maßnahme:**
- ✓ Strukturelle und nachhaltige Anpassung der Kapazitäten und der Overhead-Bereiche
 - ✓ Optimierung und Konsolidierung des weltweiten Produktionsstandorte
 - ✓ Optimierung der Produktionsprozesse mit Hilfe des GRAMMER Production System (GPS)

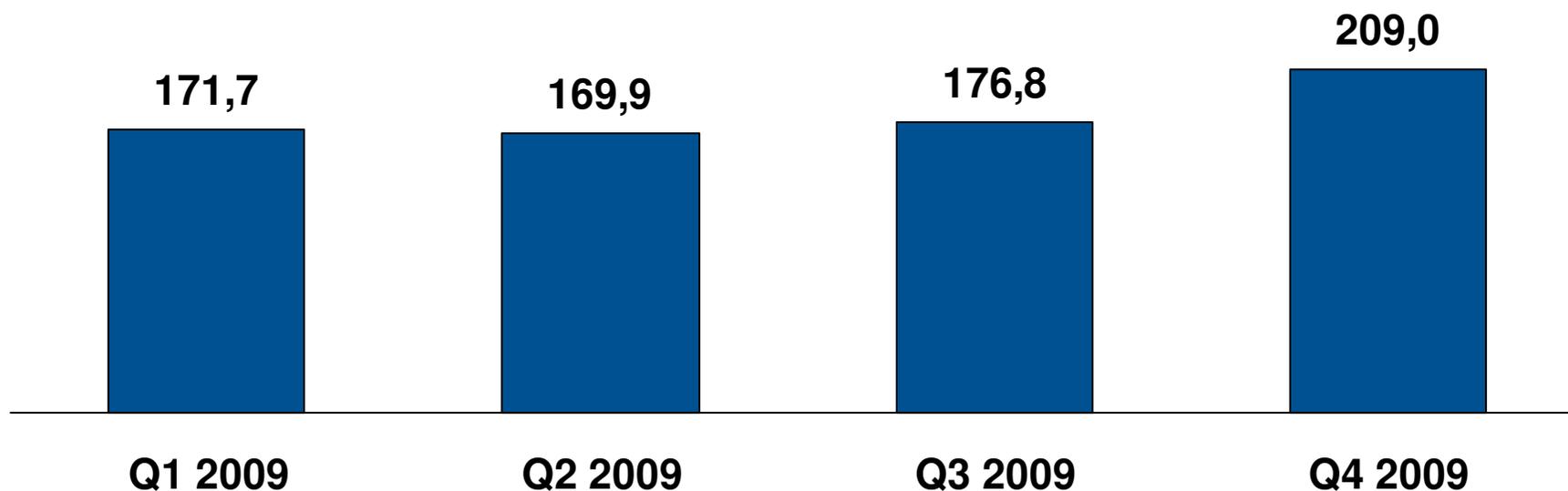
Problem: **Sicherung der Marktposition und Zukunftsprojekte für Wachstum nach der Krise**

- Maßnahme:**
- ✓ Stärkung der strategischen Produktentwicklung zur Sicherung der Innovationsführerschaft
 - ✓ Strikter Fokus auf Markt/Produkt-Korrelation und zukünftige Wachstumsmärkte
 - ✓ Gezielte Investitionen zur Sicherung der zukünftigen Projekte und Wachstum

UMSATZ MIT AUFWÄRTSTREND IM 2. HALBJAHR 2009



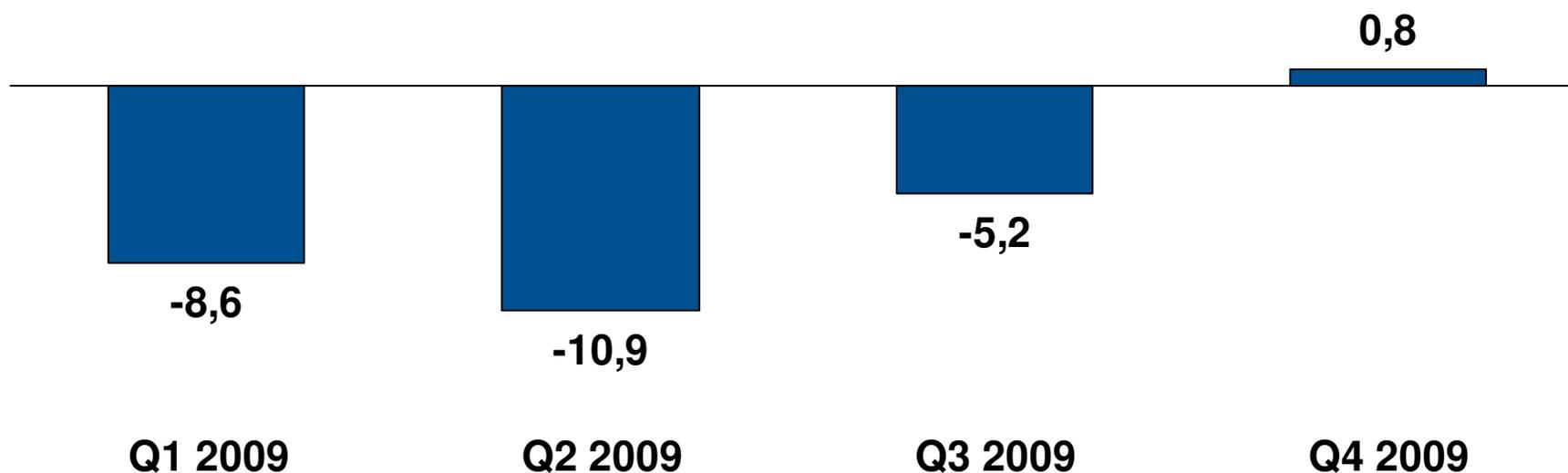
GRAMMER Konzernumsatz pro Quartal [in Mio. EUR]



<i>in Mio. EUR</i>	Q1	Q2	Q3	Q4	Gesamt
2009	171,7	169,9	176,8	209,0	727,4
2008	267,4	280,4	239,6	219,6	1.007,0
Veränd.	-36%	-39%	-26%	-5%	-28%

EBIT TURNAROUND NOCH IN 2009

GRAMMER Konzern EBIT pro Quartal [in Mio. EUR]

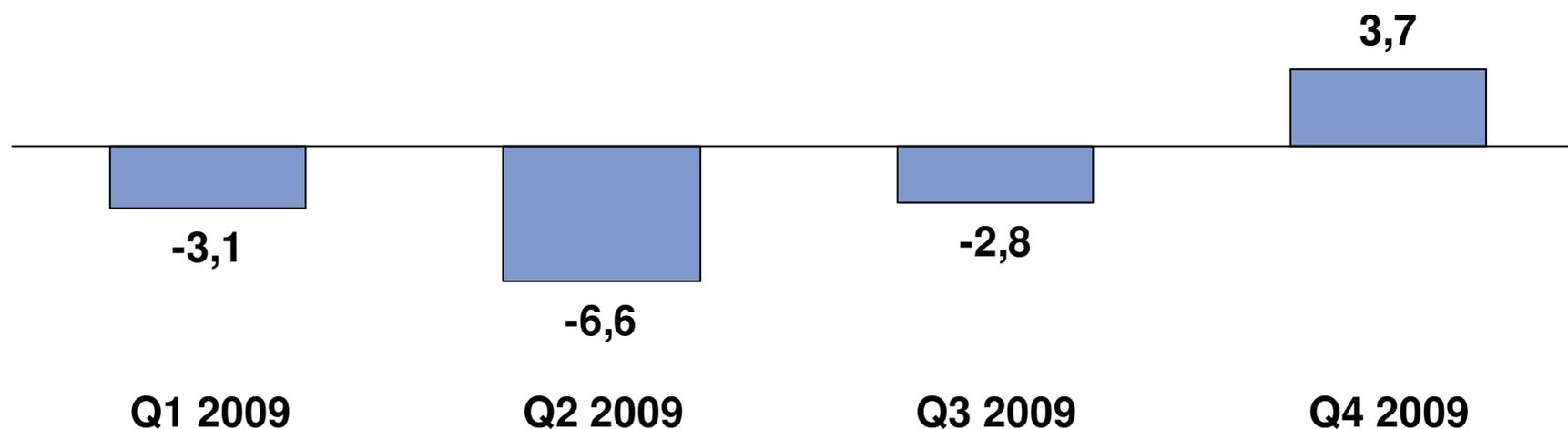


<i>in Mio. EUR</i>	Q1	Q2	Q3	Q4	Gesamt
2009	-8,6	-10,9	-5,2	0,8	-23,9
2008	8,2	13,7	1,7	8,4	32,0

BEREINIGTES EBIT TROTZ UMSATZEINBRUCH SOLIDE



*Bereinigtes** GRAMMER Konzern EBIT pro Quartal [in Mio. EUR]

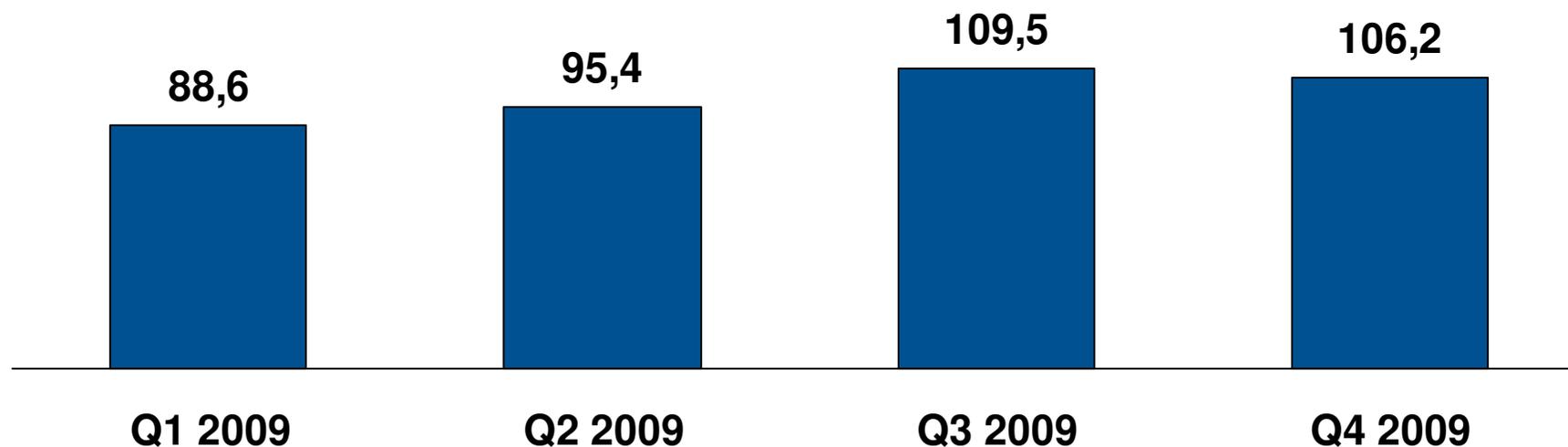


<i>in Mio. EUR</i>	Q1	Q2	Q3	Q4	Gesamt
2009	-3,1	-6,6	-2,8	3,7	-8,8
2008	9,7	16,3	3,1	9,9	39,0

*) Bereinigtes EBIT ohne Einmalaufwendungen für Restrukturierung

SOLIDE FINANZSITUATION IN 2009 TROTZ KRISE

GRAMMER Group Nettofinanzverbindlichkeiten pro Quartal [in Mio. EUR]



<i>in Mio. EUR</i>	Q1	Q2	Q3	Q4
2009	88,6	95,4	109,5	106,2
2008	86,9	92,8	109,4	80,2

Neue mittelfristige Kreditlinie ab dem 31. März 2010

- **Kreditvolumen:** 110 Mio. EUR
- **Laufzeit:** 3 Jahre – bis zum 31. März 2013
- **Bankenkonsortium:** Commerzbank
Deutsche Bank
UniCredit
HSBC
KBC-Bank
LBBW
KfW



Die neue Kreditlinie ist ein wesentlicher Beitrag für die weitere Optimierung der Finanzlage von GRAMMER

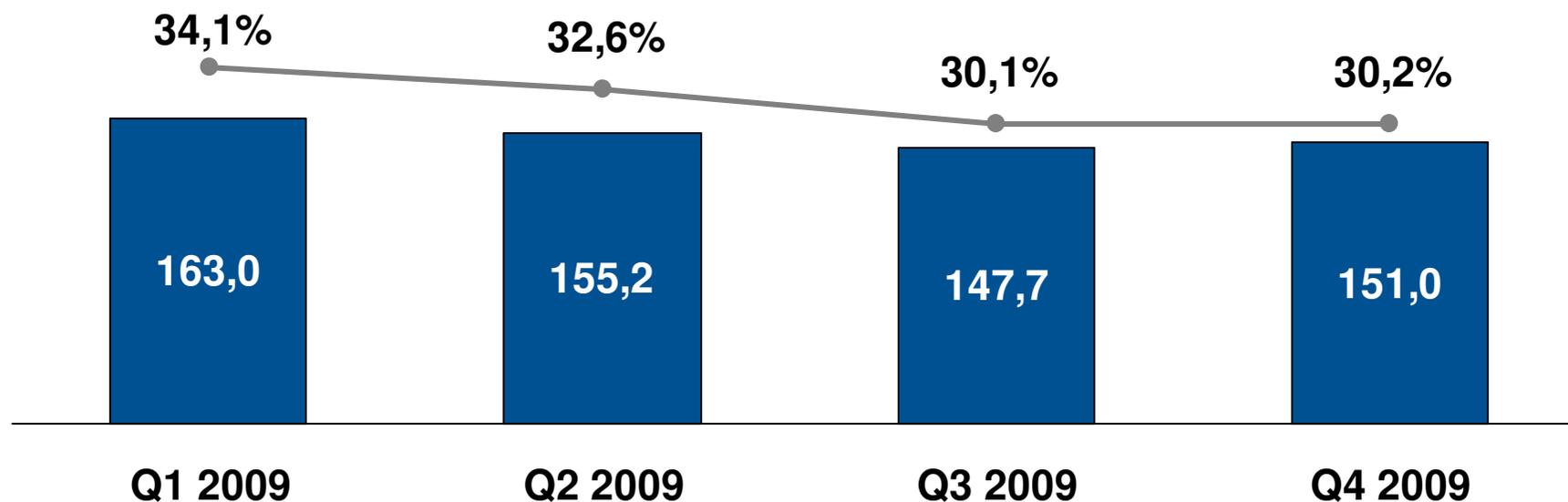
Das Kreditvolumen von 110 Mio. EUR und die dreijährige Laufzeit unterstützt die zukünftige operative und strategische Entwicklung wirkungsvoll

EIGENKAPITALQUOTE IN 2009 DURCHWEGS > 30%



GRAMMER

GRAMMER Konzern Eigenkapital [in Mio. EUR] und Eigenkapitalquote [in %] pro Quartal

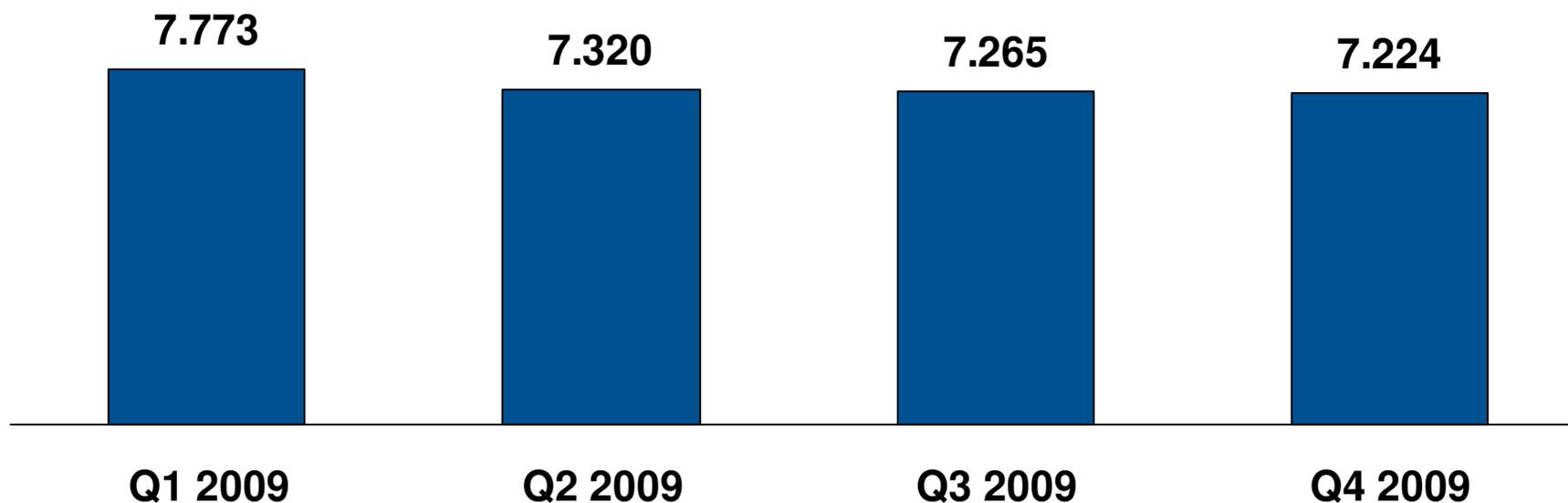


<i>in Mio. EUR</i>	Q1	Q2	Q3	Q4
2009	163,0	155,2	147,7	151,0
2008	184,1	186,6	184,2	173,0

PERSONALANPASSUNG BEREITS 2008 GESTARTET



GRAMMER Konzern Mitarbeiter pro Quartal [Stichtag]



<i>Stichtag</i>	Q1	Q2	Q3	Q4
2009	7.773	7.320	7.265	7.224
2008	9.629	9.754	9.335	8.908

GRAMMER Konzern Erwartung 2010 [Stand: März 2010]

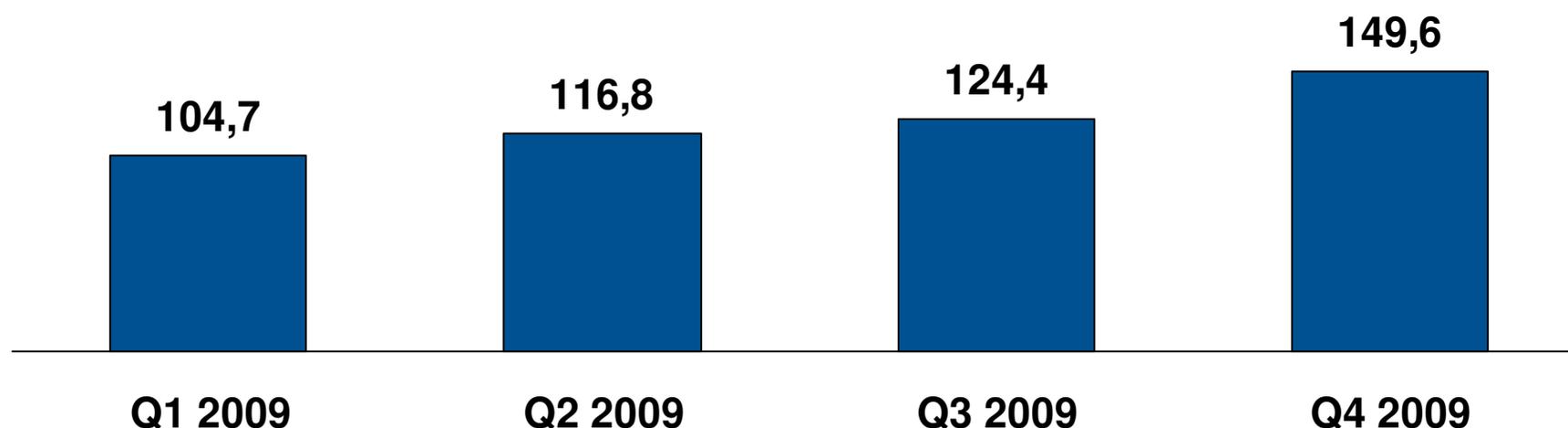
- Die weitere Umsatz- und Ergebnisentwicklung des GRAMMER Konzerns wird vor allem durch die konjunkturelle Entwicklung auf den Weltmärkten beeinflusst sein.
- Die GRAMMER AG rechnet dank der Effekte der durchgeführten Anpassungsmaßnahmen und Fixkostenreduzierung für das Geschäftsjahr 2010 mit einer positiven Entwicklung und einer Rückkehr in die Gewinnzone.
- Auf Basis einer Stabilisierung der Märkte sowie aufgrund verschiedener Produktionsneuanläufe erwartet das Unternehmen für 2010 einen moderaten Umsatzanstieg gegenüber dem Vorjahr.



AUTOMOTIVE MIT STABILEN UMSATZTREND SEIT Q3



Automotive Umsatzentwicklung pro Quartal [in Mio. EUR]

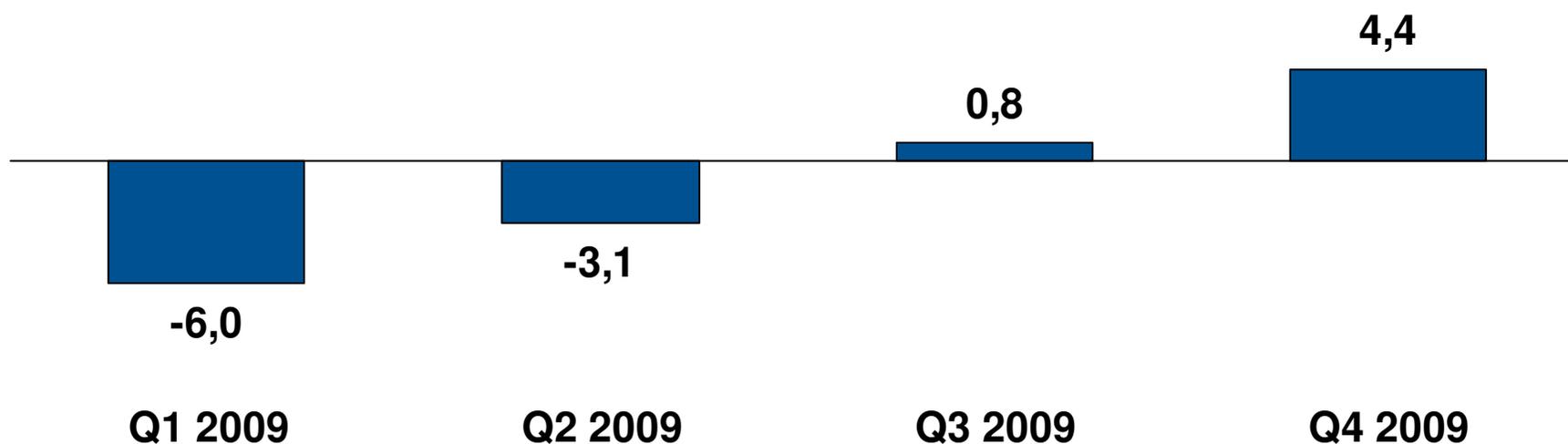


<i>in Mio. EUR</i>	Q1	Q2	Q3	Q4	Gesamt
2009	104,7	116,8	124,4	149,6	495,5
2008	174,0	177,2	149,6	136,8	637,6
Veränd.	-40%	-34%	-17%	9%	-22%

AUTOMOTIVE – ERFOLGREICHER EBIT TURNAROUND



Automotive EBIT pro Quartal [in Mio. EUR]



<i>in Mio. EUR</i>	Q1	Q2	Q3	Q4	Gesamt
2009	-6,0	-3,1	0,8	4,4	-3,9
2008	0,2	3,4	-2,5	2,0	3,1

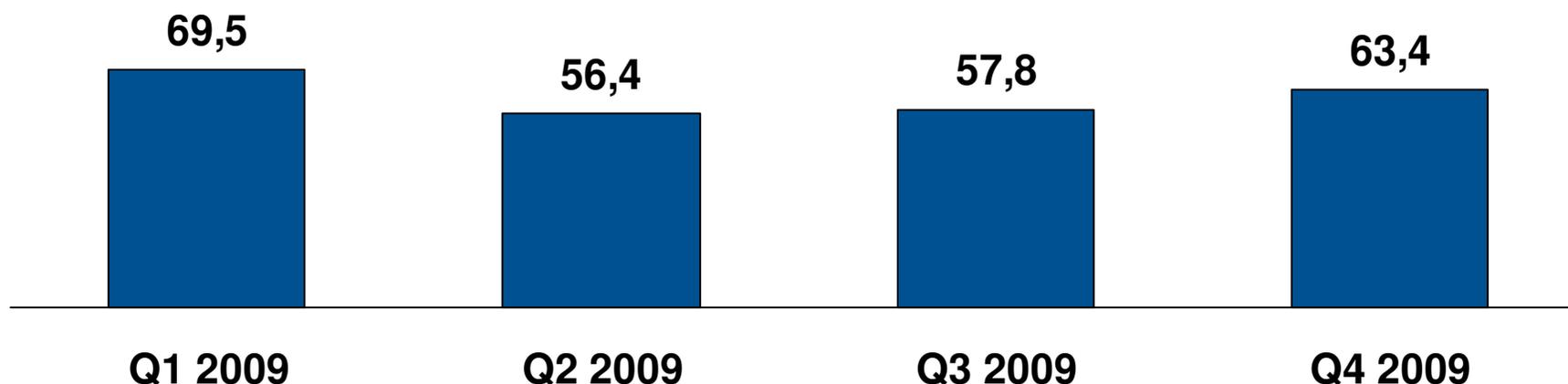


Seating Systems Division
GESCHÄFTSJAHR 2009

SEATING UMSATZ NIEDRIG WEITERHIN, ABER STABIL



Seating Systems Umsatzentwicklung pro Quartal [in Mio. EUR]

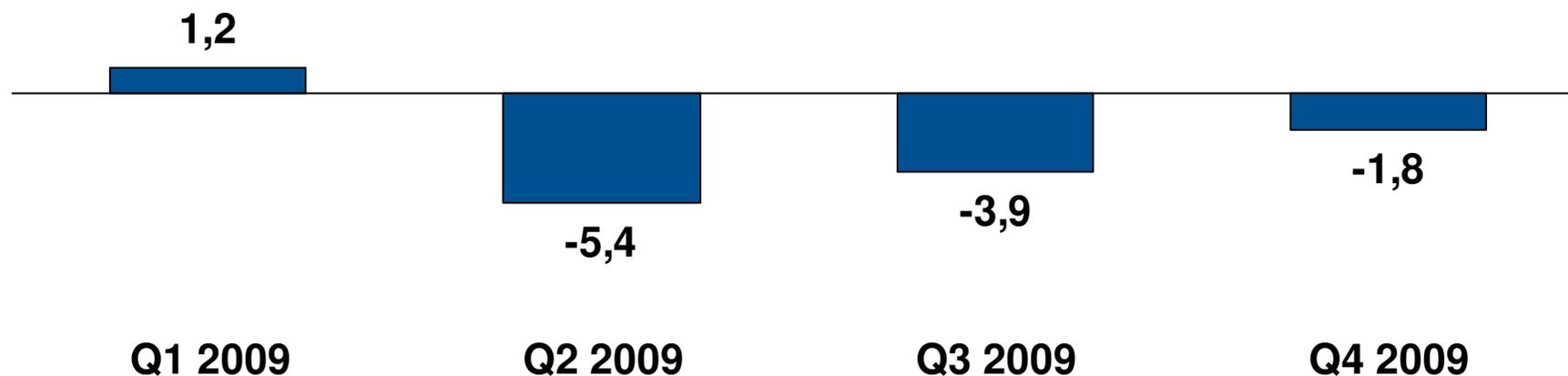


<i>in Mio. EUR</i>	Q1	Q2	Q3	Q4	Gesamt
2009	69,5	56,4	57,8	63,4	247,1
2008	102,0	108,4	93,6	86,0	390,0
Veränd.	-32%	-48%	-38%	-26%	-37%

SEATING VERLUSTE VERRINGERN SICH



Seating Systems EBIT pro Quartal [in Mio. EUR]



<i>in Mio. EUR</i>	Q1	Q2	Q3	Q4	Gesamt
2009	1,2	-5,4	-3,9	-1,8	-9,9
2008	10,5	10,6	4,0	5,9	31,0



GRAMMER Group

RÜCKKEHR ZU PROFITABLEN WACHSTUM

2009 war ein Jahr mit vielen notwendigen Veränderungen und tiefen Einschnitten um den GRAMMER Konzern an die neue Nachfragesituation anzupassen, die Fixkosten radikal zu reduzieren und die Wettbewerbsfähigkeit deutlich zu erhöhen.

Nun ist es wieder an der Zeit, nach vorne zu blicken und sich auf unsere Stärken zu konzentrieren:

Wesentliche Erfolgsmerkmale unserer Strategie „Profitables Wachstum“

Prozesse

- Prozesse weltweit standardisiert
- Globales LEAN Manufacturing System
- GRAMMER Product Development System

Märkte

- Focus auf Produkt und Marktkorrelationen
- Erschließung neuer Märkte
- Fokus auf Wachstumsmärkte und -segmente

Innovationen

- Strategische Produktentwicklung
- Technologie und Innovations-Roadmap
- Produkte für spezielle Marktanforderungen

GRAMMER Konzernziele: EBIT-Marge 5%
Organisches Umsatzwachstum von +5% bis +10 % pro Jahr

Schlankere und effizientere Organisation durch standardisierte und optimierte Prozesse

Operations

- Modifizierung und systematische Umsetzung des GRAMMER Business Systems (GBS) im gesamten Konzern in 2009
- Einführung von Standardprozessen in allen Werken weltweit mit Hilfe des GRAMMER Production System (GPS)
- Gründung der LEAN Management Academy um LEAN-Philosophie in der GRAMMER-Welt zu fördern
- Einführung einer Standard-Werks-Organisation in allen Werken um Overhead Struktur zu verkleinern

Research & Development

- Zusammenführung der F&E-Aktivitäten von Automotive und Seating um Entwicklungs-Know-How zu bündeln und Synergien zu heben
- GRAMMER Product Development System (PDS) definiert Standardprozesse für die Entwicklung und den Launch neuer Produkte
- Erhöhung der Entwicklungsaktivitäten in Low-Cost-Standorten
- Stärkung des globalen F&E-Netzwerks (Shanghai, Troy, Amberg) um F&E Kapazitäten zu teilen und Entwicklungskosten zu reduzieren

Quality

- Deutliche Verbesserung der Kundenlieferqualität durch die Einführung von GPQ (GRAMMER Produces Quality)
- Total Quality Ansatz (TQM) entlang der gesamten Wertschöpfungskette verringert Qualitätskosten
- Integration von Lieferanten in das GPQ-System und den Produktentwicklungsprozess um Reklamationen zu verringern
- Optimierte Quality-Organisation im Zentralbereich und in den Werken

Verstärkter Fokus auf Markt/Produkt-Korrelation und neue Märkte

Beispiel: Mittelkonsolen

- GRAMMER hat sich als neuer Tier 1 Systemlieferant für Mittelkonsolen für Premium- und Volumenfahrzeuge etabliert
- Anzahl der Modelle mit GRAMMER Mittelkonsolen:
2008: 1 2010: 7
2009: 3 2012: 9
- Steigerung des Marktanteils und der Kundenbeziehungen in den allen wichtigen Regionen:
(Asien, Europa and Nafta)



Beispiel Turf-USA

- Maßgeschneiderte Produkte für das neue „Turf“ Marktsegment in den USA
- Produkte werden speziell auf die spezifischen Anforderungen der Endkunden in diesem Segment angepasst
- „Turf“: Kleinere Traktoren für den professionellen Garten- und Landschaftsbau, Park- und Golfplatzpflege



Beispiel: Motorboot-Sitz

- Ständige Marktbeobachtung für die Erschließung von Marktnischen für Wachstum außerhalb der traditionellen Produkte und Kunden
- Premiere des weltweit ersten gefederten Motorboot-Sitz auf der „Interboot“ im Sep. 2010



Hochinnovative Produkte „made by GRAMMER“ sichern das zukünftige Wachstum

Beispiel: Traktorsitze

- GRAMMER's Maximo Evolution Active ist der komfortabelste Traktorsitz
- Seit dem Launch in 1998 wurde der Sitz kontinuierlich mit neuen Features ausgestattet und wurde so mehr als 1 Million mal verkauft
- Kunde kann aus mehreren Versionen wählen, vom Einstiegs-Modell bis zum "State of the art" "Maximo Evolution Active"



Beispiel: Lkw-Sitz

- Neue Sitzgeneration mit optimierten Federungs-komfort, höherer Stabilität und besserem Crash-Verhalten
- Modulares Konzept mit standardisierter Sitzstruktur und kundenspezifischen Oberteil
- Mit dem neuen Sitz werden wir unsere Marktposition in Europa und den USA deutlich verbessern



Strategische Produktentwicklung

- Der Bereich „Strategische Produktentwicklung“ wurde in 2009 aufgebaut, um unsere Position als Technologie- und Innovationsführer in den Kernsegmenten weiter zu stärken
- Entwicklung einer konzernweiten Innovationsstrategie für alle Segmente sowie Erarbeitung einer Technologie-Roadmap für die zukünftigen strategischen Produkte



Finanzkalender 2010

- Geschäftsbericht 2009: 31. März 2010
- Analysten- und Bilanzpressekonferenz 31. März 2010
- Zwischenbericht 1. Quartal 2010: 11. Mai 2010
- Hauptversammlung 2010: 19. Mai 2010
- Zwischenbericht 2. Quartal 2010: 10. August 2010
- Zwischenbericht 3. Quartal 2010 09. November 2010

Investor Relations Kontakt

Ralf Hoppe

Tel: +49 (0)9621 66 2200

Fax: +49 (0)9621 66 32200

Email: investor-relations@grammer.com

Internet: www.grammer.com

DISCLAIMER



This presentation has been prepared by Grammer AG solely for annual press and analyst conference on March 31, 2010. 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.