





Konferenz vom 21.4.2009 für Analysten und Medien

Jean-Claude Philipona, CEO







Ziel 2008: Integration und Ergebnisverbesserung

Strategische Prioritäten

- Integration von Omni in unsere Organisation 
- Abschluss der Integration von QSCH unter Berücksichtigung der Produktverlagerungen und der Standortbereinigung in der Schweiz 
- Ausbau Medizinaltechnik-Standort Grenchen zusammen mit einem Immobilien-Investor 
- Konsequente Ausrichtung des Konzerns auf Märkte und Marktsegmente/Kunden 

Operative Prioritäten

- Kontinuierliche Verbesserung von Auslastung, Produktivität und Durchlaufzeiten in allen Bereichen  
- Nutzung Synergiepotenziale zwischen den Technologien 
- Optimierung Nettoumlaufvermögens-Management 

Ergebnisse 2008 – Überblick

(in Mio. CHF)	2008	2007	
Gesamtleistung	416,5	348,6	+20%
EBITDA	26,3	38,4	-31%
in % Gesamtleistung	6,3	11,0	
EBIT	-1,3	15,5	-108%
in % Gesamtleistung	-0,3	4,4	
Unternehmensergebnis	-9,2	8,3	-211%
in % Gesamtleistung	-2,2	2,4	
Operativer Free Cashflow	0,4	-3,6	
Nettoverschuldung	82,6	94,0	
Ergebnis je Aktie (in CHF)	-15.30	16.48*	
Dividende je Aktie (in CHF)	0.00	5,08*	

* = adjustiert

3

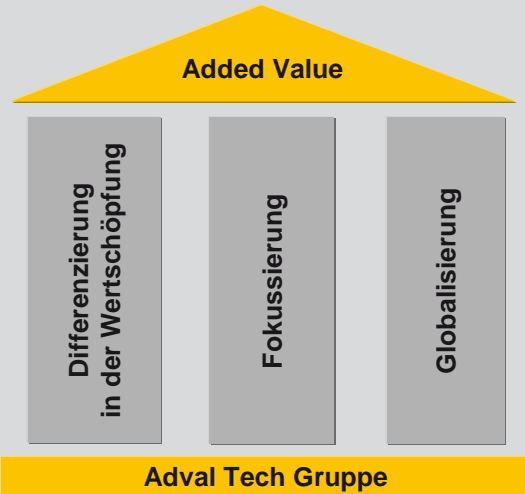
Das Wichtigste in Kürze

Operative Ziele 2008 verfehlt, strategische Ziele erreicht

- Deutliche Verschlechterung des Ergebnisses
 - ➔ Gesamtleistung +20%, Ebit -108%
- Organischer Umsatzrückgang
 - ➔ Markteinbruch Optical Disc, Finanzkrise mit starken Auswirkungen auf das Komponentengeschäft
- Globalisierungsstrategie bringt erste Erfolge
 - ➔ Integration der Akquisitionen auf Kurs, erste globale Projekte wurden gewonnen
- Refinanzierung der Omni-Akquisition ist erfolgt
 - ➔ Erfolgreiche Kapitalerhöhung in schwierigem Marktumfeld

4

Hauptpfeiler der Strategie



Geschäftsmodell

	Beratung, Design Produktentwicklung	Simulation, Prototypenbau Werkzeugentwicklung	Werkzeugbau	Validierung und Qualifizierung	Komponenten- produktion	Montage
1 One-Stop-Shop	Adval Tech	Adval Tech	Adval Tech	Adval Tech	Adval Tech	Adval Tech
2 Kooperation	Partner	Adval Tech	Adval Tech	Adval Tech	Partner	Partner
3 Problemlöser	Adval Tech	Adval Tech	Adval Tech	Adval Tech		
4 Performance			Adval Tech	Adval Tech		

Adval Tech
 Partner

Fokussierung auf 3 Hauptmärkte



- Grosse Stückzahlen
- Hohe Repetitivität
- Konzentration auf Einzelsegmente bzw. Applikationen

7

Globalisierung



8

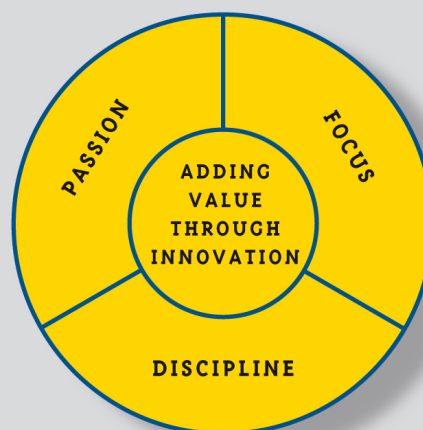
Adval Tech Unternehmenskultur und neue Gruppenidentität

- Vom Einzelfirmenkonglomerat zur schlagkräftigen Gruppe mit einheitlichem Erscheinungsbild
- Gemeinsam entwickelt: Vision, Mission und Werte
- Kommunikation und Vorleben in einem «Top down»-Prozess führen zur Adval Tech Unternehmenskultur

9

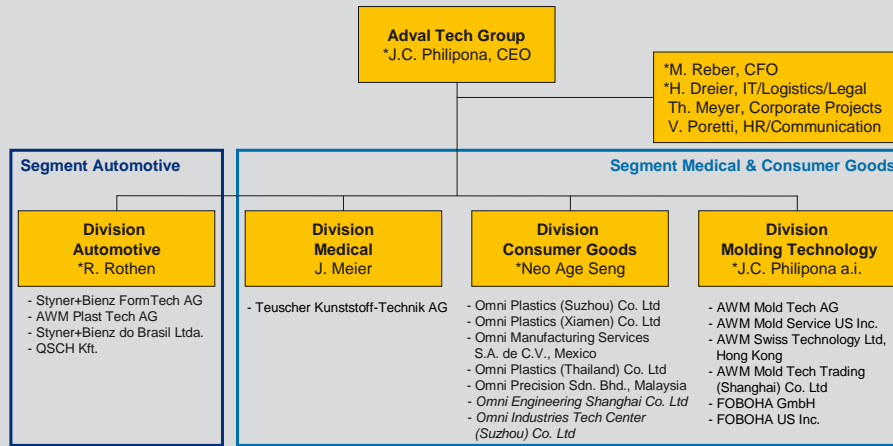
Adval Tech Werte

Wir werden jeden
Tag besser!



10

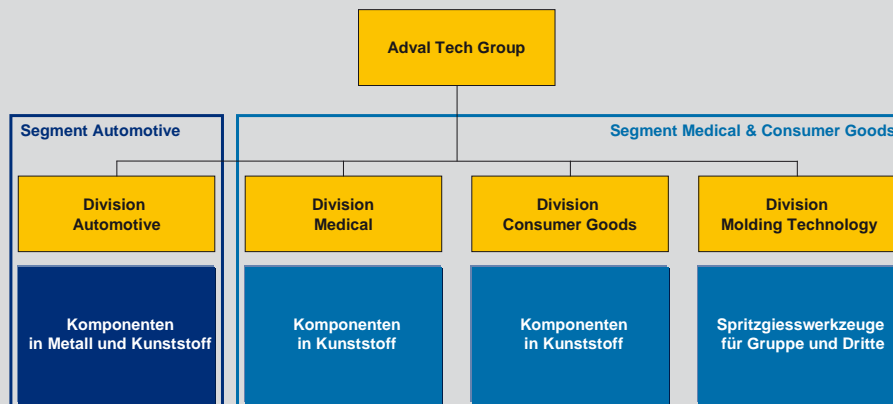
Anpassung Organisationsstruktur per 1.4.2009



*Mitglieder der Konzernleitung

11

Ausrichtung nach Märkten



12

Globalisierung am Beispiel Medical

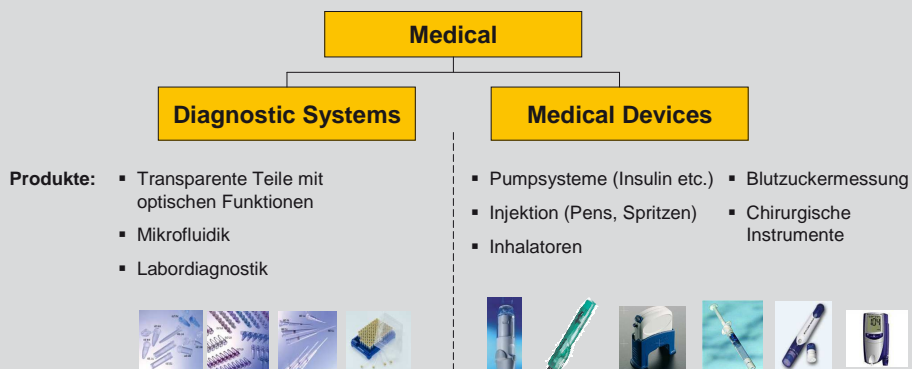
Warum entscheiden sich globale Kunden für Adval Tech?

- Globale Produktionsplattformen
- Schlüsseltechnologien im Werkzeugbau (Fobohta/AWM)
- Medical Know-how
- One face to the customer
- Globales Pricing und globales Key Account Management

Unser Alleinstellungsmerkmal (USP) liegt in der Kombination der erwähnten Leistungen

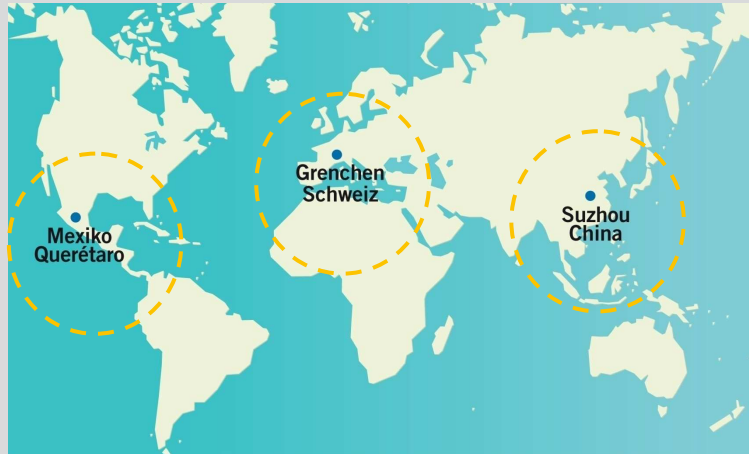
13

Zielsegmente im Medical-Markt



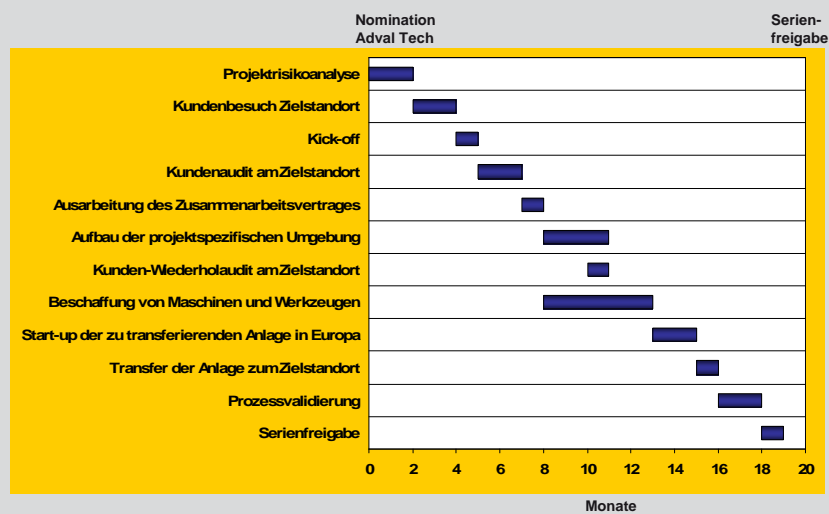
14

Globale Medical-Produktionsstandorte



15

Typischer Ablauf eines Transfergeschäfts Medical



16

Aktuelle Herausforderungen

- Geringe Visibilität insgesamt, ganz speziell jedoch für Automotive und den US-Konsumgütermarkt
- Dilemma zwischen kurzfristigen Personaleinsparungen (wirksam innerhalb von 2-4 Monaten) und der Sicherung der Zukunft (2010/2011)
- Reduktionspotenzial für Infrastrukturkosten durch den Abbau von Anlagekapazität ist wegen der limitierten Polivalenz der Anlagen bescheiden

17

Ziel 2009: Flexible Anpassung der Strukturen an die Marktgegebenheiten

Strategische Prioritäten

- Implementierung der organisatorischen Neuausrichtung
- Konkretisierung und Umsetzung der globalen Initiativen in den Märkten Automotive und Medical
- Verstärken der Akquisitionstätigkeit für globale Zukunftsprojekte

Operative Prioritäten

- Implementierung neuer Pricing-Modelle und gezielte Preiserhöhungen
- Abschluss der laufenden Restrukturierungsprojekte
- Flexibler Personaleinsatz (Personalstopp, anpassungsfähige Arbeitszeitmodelle, Kurzarbeit etc.)
- Akquisitionsoffensive für Transferprojekte
- Effizientes Liquiditätsmanagement (NUV, Investitionsbremse, etc.)

18