

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit unserem dritten IR-Newsletter wollen wir Sie wieder über alle wichtigen Entwicklungen in der HOMAG Group AG auf dem Laufenden halten. So informieren wir Sie beispielsweise über den Verlauf unserer Hausmessen, unsere Aktivitäten auf dem Dienstleistungssektor oder über die Fertigung in unserer chinesischen Produktionsstätte. Zudem erfahren Sie im Interview mit unserem Produktionsvorstand Herbert Högemann Aktuelles zu unseren in- und ausländischen Produktionsstandorten.

Wir wünschen Ihnen bei der Lektüre unseres Newsletters viel Vergnügen und informative Erkenntnisse.

Schopfloch, im Oktober 2008



Dr. Joachim Brenk
Sprecher des Vorstands

Ziel ist die Marktführerschaft entlang der gesamten Prozesskette

Alle in- und ausländischen Produktionsstandorte der HOMAG Gruppe erfüllen spezifische Aufgaben im Unternehmensverbund und erhöhen laufend ihre Effizienz.

Interview mit dem Vorstand für Produktion, Materialwirtschaft und Qualitätswesen der HOMAG Group AG Herbert Högemann

Redaktion: Herr Högemann, wie hoch ist die Fertigungstiefe in der HOMAG Gruppe und wie begründen Sie die Höhe?

Für die HOMAG Gruppe besteht keine einheitliche Größe über die Fertigungstiefe. Alle Unternehmen sehen ihre Kernkompetenz im Montagebereich. An einigen Standorten besteht zusätzlich eine gebündelte Kernkompetenz im Fertigungsbereich, die in den letzten Jahren aufgebaut wurde. Die Fertigungstiefe in der HOMAG Gruppe schwankt aus diesem Grund zwischen ca. 5 und 35 Prozent.

Redaktion: Warum produzieren Sie an 10 unterschiedlichen Standorten in Deutschland?

Die Philosophie der HOMAG Gruppe ist, unsere Kunden entlang der gesamten Prozesskette bedienen zu



Herbert Högemann – Vorstand Produktion
HOMAG Group

können. Jedes Unternehmen in der HOMAG Gruppe stellt dabei unterschiedliche Produkte entlang dieser Wertschöpfungskette her mit jeweils eigener Marke und Verantwortlichkeit für Entwicklung und Produktion sowie Werksvertrieb. Dadurch kann sich jedes Unternehmen auf seine Stärke fokussieren und sein Angebot optimieren. Gleichzeitig entstehen durch die enge Abstimmung innerhalb der Unternehmensgruppe Synergieeffekte, die sowohl unseren Kunden wie auch uns Wettbewerbsvorteile verschaffen. Es besteht dabei der Anspruch, mit jeder dieser Firmen die Marktführerschaft zu halten bzw. zu erlangen.

Redaktion: Welche Rolle spielen dabei Ihre ausländischen Produktionsstandorte?

Unsere Standorte in China, Polen, Brasilien und Spanien dienen zur

weiteren Markterschließung mit Einstiegsprodukten für Zukunftsregionen und teilweise auch für den Weltmarkt. Zusätzlich wird in China und Polen der Lohnkostenvorteil ausgenutzt, was den einzelnen Standorten in Deutschland, durch Belieferung von Komponenten, zugute kommt.

Redaktion: Trotz angespannter Situation planen Sie ein Montagewerk in USA zu gründen – rechnet sich diese Investition?

Im amerikanischen Markt sind wir überwiegend im höheren Preissegment gut vertreten. Für Einstiegsprodukte macht uns u.a. der starke Euro-Kurs einen Strich durch die Rechnung. Wir gehen davon aus, dass mit geeigneten Einstiegsmaschinen ein signifikanter Marktanteil im unteren Einstiegsbereich erreicht werden kann. Aus diesem Grund haben wir uns entschieden, ein Montagewerk für das untere Einstiegssegment zu gründen.

Redaktion: Wie verbessern Sie die Wettbewerbsfähigkeit Ihrer Standorte?

Eine treibende Kraft hierfür ist die Einführung des Toyota-Produktionssystems in der gesamten HOMAG Gruppe seit Anfang 2007. Dadurch konnten wir Verschwendungen wie beispielsweise lange Wege- und Suchzeiten systematisch reduzieren und wollen künftig hohe Bestände und Überproduktion vermeiden. Die Einführung von Takt- und Fließmontagen bringt einen weiteren Schub in der Erhöhung der Personalproduktivität.

Redaktion: Wie gewährleisten Sie einen einheitlichen Qualitätsstandard in der HOMAG Gruppe?"

Bereits im Jahr 1994 haben wir unser damals bestehendes Qualitätsmanagementsystem nach ISO 9001 gruppenweit zertifizieren lassen. Wir legten den Fokus von Anfang an auf die Integration aller produzierenden Gesellschaften in ein gemeinsames Qualitätsmanagementsystem. Dadurch ist es uns gelungen, die Prozesse gruppenweit zu vereinheitlichen, aufeinander abzustimmen und anhand von Best-Practice-Beispielen weiterzuentwickeln. Im Jahr 2004

erhielten wir hierfür sogar eine Auszeichnung im Rahmen des Ludwig-Erhard-Preises in der Kategorie „Große Unternehmen“. Heute haben wir entlang der gesamten Prozesskette qualitätssichernde Maßnahmen installiert – vom Vertrieb bis zum Service: Quality Gates im Vertrieb, ein abgesicherter Produktentwicklungsprozess, Prüfungen komplexer Anlagen in der Montage und ein wirksamer Verbesserungsprozess stehen dafür beispielhaft.

Redaktion: Gibt es Anstrengungen, Global Sourcing weiter auszubauen?

Global Sourcing hat einen hohen Stellenwert in der HOMAG Gruppe. Wir haben uns 2007 das Ziel gesetzt, den Einkaufsvolumenanteil im Bereich Asien und Osteuropa bis 2010 um 40 Prozent zu erhöhen.

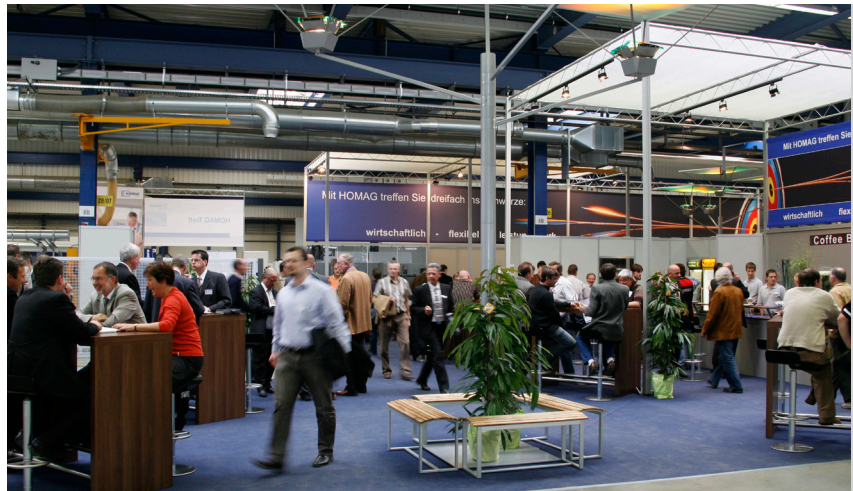
Redaktion: Größere Anlagen und Systeme werden komplett in Ihren Hallen aufgebaut. Dadurch werden größere Flächen über Wochen und Monate belegt. Können diese nicht gleich beim Kunden aufgestellt werden?

Die Kundenforderung geht immer weiter dahin, dass die Beherrschung der Komplexität einer Anlage im Herstellerwerk demonstriert werden soll. Die Kunden versprechen sich dadurch eine wesentlich verkürzte Anlaufzeit der Anlagen in ihren Werken. Die einzelnen Maschinen in der HOMAG Gruppe sind jedoch so konzipiert, dass auch eine Aufstellung als Gesamtanlage im Kundenwerk realisiert werden kann.

Redaktion: Herr Högemann, vielen Dank für dieses Gespräch.

Erfolgreiche Hausmessen

Unsere jährlichen Hausmessen sehen wir als gute Gelegenheit, unseren bestehenden und potenziellen Kunden unser gesamtes Angebotsspektrum auf großen Flächen abseits der großen Branchenmessen zu präsentieren. Zeitgleich fanden Ende September die Hausmessen der regional recht eng beieinander liegenden Gesellschaften HOMAG, HOLZMA und FRIZ statt.



Interessierte Besucher auf dem HOMAG Treff

Trotz der insgesamt schwächeren konjunkturellen Situation waren alle drei Hausmessen ein Erfolg und wir konnten sogar mehr Besucher als im Vorjahr begrüßen. Die gute Resonanz zeigt sich auch in den realisierten, im Vergleich zum Vorjahr stabilen Auftragsengängen.

Dienstleistungs-offensive beschlossen

Bei immer komplexer werdenden Maschinen und Steuerungen gewinnen die Dienstleistungen rund um die produzierenden Anlagen immer mehr an Bedeutung. Gefragt sind heute nicht mehr nur Montage, Schulung und Ersatzteilservice, sondern beispielsweise auch Prozess- und Fabrikplanung, Finanzierung, Leasing, IT-Beratung oder Produktionsoptimierung. Wir wollen die Dienstleistungen der HOMAG Gruppe künftig unseren Kunden noch wesentlich aktiver anbieten und diesen Sektor kräftig ausbauen. Die dafür notwendigen Strukturen werden wir schaffen, neue Dienstleistungsprodukte entwickeln und pflegen und unsere Mitarbeiter entsprechend schulen. Neben der hohen Bedeutung für die Kundenzufriedenheit sehen wir im Dienstleistungsgeschäft auch noch ein großes Umsatz- und insbesondere Ergebnispotenzial, das wir mit dem Ausbau für die HOMAG Gruppe erschließen wollen.

Sägenproduktion in China

Seit 2007 fertigen wir bei HOMAG Machinery in Shanghai eine Plattenaufteilsäge unserer Tochtergesellschaft HOLZMA. Dabei fanden die Produktentwicklung, die Konstruktion sowie der Prototypenbau in Deutschland statt und die Serienproduktion dann unter Anleitung eines erfahrenen Produktkoordinators vor Ort in China. Die Vorteile dieser Fertigungskonzeption liegen auf der Hand: Wir können ein Produkt mit dem Know-how des Marktführers zu einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis auf den asiatischen Märkten anbieten. Durch die hohe Fertigungstiefe bei HOMAG Machinery realisieren wir einen hohen lokalen Materialanteil. Zudem erreichen wir mit der lokalen Produktion eine bessere Markt- und Kundennähe. Und der Erfolg gibt uns recht: Bis Ende 2008 rechnen wir mit weit über 100 verkauften Plattenaufteilsägen des in Shanghai produzierten Modells.

Finanzkalender

14. November 2008
Neunmonatsbericht 2008

Investor Relations
Simone Müller
HOMAG Group AG
Homagstraße 3 - 5
72296 SCHOPFLOCH
DEUTSCHLAND
Tel.: +49 7443 13 2034
Fax: +49 7443 13 8 2034
E-Mail: simone.mueller@homag-group.com