

Sehr geehrte Damen und Herren,

in der ersten Ausgabe unseres IR-Newsletters im laufenden Jahr erfahren Sie im Interview mit unserem neuen Vorstand Jürgen Köppel den aktuellen Stand und die weiteren Planungen für die Bereiche Vertrieb, Service und Marketing. Zudem informieren wir Sie über den Gewinn des Axia Awards, unser 50-jähriges Firmenjubiläum und die Absatzsituation bei unserer neuen Technik laserTec.

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

Schopfloch, im März 2010



Rolf Knoll
Sprecher des Vorstands

Zufriedene Kunden als Chance

Interview mit dem neuen Vorstand Vertrieb, Service und Marketing der HOMAG Group AG, Jürgen Köppel

Redaktion: Herr Köppel, seit dem 1. Oktober 2009 sind Sie Vorstand Vertrieb, Service und Marketing der HOMAG Group AG. Waren Sie überrascht, als die Wahl auf Sie fiel?

Die Berufung in den Vorstand der HOMAG Group AG kam mehr als überraschend für mich, denn mit dem Weggang von Herrn Dr. Brenk hat wohl kaum jemand gerechnet. Mit meinem Team bei der HOMAG-Tochter BRANDT Kantentechnik GmbH hatte ich auch nach 5 Jahren Geschäftsführertätigkeit noch vieles vor. Da ich mit der mir gebotenen Chance überhaupt nicht gerechnet habe, war ich umso erfreuter darüber.

Redaktion: Die Zeiten sind voller Herausforderungen, gerade im Maschinenbau. Wie sehen Sie da Ihre neue Aufgabe?

Die gegenwärtige Situation beinhaltet nicht nur Herausforderungen, sondern auch Chancen. Gerade jetzt müssen wir uns auf unsere Stärken konzentrieren und unsere Kunden noch mehr in den Mittelpunkt aller unserer Handlungen und Aktivitäten stellen. Da ich aus einer Konzerntochter komme, sind mir sowohl die Märkte, die Kunden, unsere Produkte, die Strukturen als auch die handelnden Personen



Jürgen Köppel – Vorstand Vertrieb, Service und Marketing der HOMAG Group AG

vertraut. Damit kann ich auf einer sehr guten Basis aufsetzen und gezielt dort aktiv werden, wo der Nutzen für unseren Konzern am größten ist.

Redaktion: Das hört sich danach an, als ob Sie schon ganz konkret wissen, welche Themen Sie als erste in Angriff nehmen wollen. Teilen Sie diese Gedanken mit uns?

Die HOMAG Gruppe realisiert mit ihrer weltweit agierenden Vertriebs- und Serviceorganisation eine gute Betreuung ihrer Kunden, jedoch gibt es gerade hier noch ein nicht zu unterschätzendes Potenzial. Einerseits kann und muss die Präsenz gerade in Osteuropa, dem mittleren Osten, in Asien und Südamerika weiter ausgebaut werden, andererseits bieten aber auch unsere etablierten Märkte in Zentral- und Westeuropa sowie in Nordamerika noch interessante Wachstumschancen.

Redaktion: Herr Köppel, das müssten

Sie uns bitte etwas genauer erläutern.

Ich sehe hier klar zwei unterschiedliche Stoßrichtungen. In unseren Kernmärkten hält der Trend zu immer individueller gestalteten Möbeln auch 2010 an. Hochglanzoberflächen, eine ausgesprochene Designvielfalt und auch die Verwendung von extrem dünnen oder dicken Plattenmaterialien stellen die Hersteller von Holzbearbeitungsmaschinen vor ständig neue Herausforderungen. Wir bieten hier u. a. mit unseren Losgröße-1-Anlagen, dem patentierten laserTec Verfahren oder auch intelligenten Fertigungssystemen stets die richtige Antwort für die Wünsche unserer Kunden.

Redaktion: Wohin zielt dann Ihre zweite Stoßrichtung?

Gerade in den Regionen Osteuropa, mittlerer Osten, Asien und Südamerika liegt in der Zukunft ein enormes Potenzial, wenn die Nachfrage nach Möbeln, Bauelementen und Fußböden auf nur annähernd das Niveau unserer Kernmärkte steigt. Hier gilt es, die gute Marktpräsenz und Kundennähe der HOMAG Gruppe mit eigenen Vertriebs- und Servicegesellschaften weiter auszubauen. Durch attraktive Einsteigerprodukte werden wir in diesen Emerging Markets die Marktpenetration weiter erhöhen.

Redaktion: Was tut die HOMAG Gruppe neben dem Ausbau der Vertriebs- und Servicestrukturen dafür, dass sie an dieser Entwicklung partizipiert?

Das einfache Partizipieren wäre für uns als Weltmarktführer nicht ausreichend. Unser Anspruch ist es, in jeder Region Marktführer zu sein. Um hierfür die Basis zu legen, hat die HOMAG Gruppe schon frühzeitig in Produktionsstätten in Zukunftsregionen investiert. Mit eigenen Werken in Brasilien, Polen und China kann auch lokalen Wettbewerbern Paroli geboten werden. Auf diesem Weg kommen die Kunden in aufstrebenden Märkten schon zu einem sehr frühen Zeitpunkt in Kontakt mit unseren Produkten.

Redaktion: Wie schätzen Sie die weitere Entwicklung der Märkte in 2010 ein?

Nach dem kritischen Jahr 2009 ist eine Prognose für das laufende Jahr von

einer Vielzahl von Faktoren abhängig, die außerhalb unseres Einflussbereiches liegen. Trotzdem hat sich in einer nicht unerheblichen Anzahl von Märkten in den vergangenen Monaten die Nachfrage nach unseren Produkten wieder positiv entwickelt. Hier zählt sich unsere Globalität und die damit verbundene breite Risikostreuung über die Märkte aus. Deutliche Erfolge im Projektgeschäft geben unserem Bestreben im Ausbau des HOMAG Group Engineering ebenfalls recht. Die Messe HolzHandwerk im März in Nürnberg und die Xylexpo im Mai in Mailand werden sicher zwei Gradmesser dafür sein, wie stabil die Nachfrage gerade in unseren europäischen Kernmärkten ist und wie sich diese weiter entwickelt. Wir sind für beide Messen in jedem Fall mit einer Vielzahl von Produktinnovationen und Dienstleistungen gut gerüstet.

Redaktion: Stichpunkt Dienstleistungen und Kundenzufriedenheit. Was sind Ihre Ideen hierzu?

Der Kunde und seine Bedürfnisse müssen immer im Mittelpunkt stehen. Durch eine Leistung, die dem Kunden auch dient, schafft man einen Mehrwert, den der Kunde anerkennt bzw. den man ihm auch ggf. verdeutlichen muss. Hier setzt unsere Strategie des **lifeline** service an. Über den gesamten Lebenszyklus der Maschine betreuen und unterstützen wir unsere Kunden, um das Optimum in ihrer Produktion zu erreichen. Diese kompetente Betreuung setzt schon vor dem Kauf der Maschine in Form von Beratungsleistungen ein, was die Kunden durchaus entsprechend honorieren. Damit ergibt sich ein sehr interessantes Geschäftsfeld, das wir konsequent bearbeiten und auch weiter ausbauen.

Redaktion: Herr Köppel, vielen Dank für dieses Gespräch.

HOMAG Group AG erhält Axia Award

Die HOMAG Group AG ist Preisträger des diesjährigen Axia-Awards im Bereich Internationalisierung. Mit diesem Preis zeichnet die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Deloitte seit drei

Jahren mittelständische Unternehmen für nachhaltiges, erfolgreiches Wirtschaften aus. Der Axia-Award 2009 widmete sich insbesondere den Erfolgsfaktoren einer nachhaltigen Unternehmensführung in stürmischen Zeiten. Wir konnten die Jury durch eine seit mehr als 20 Jahren umsichtig betriebene Internationalisierung überzeugen. Bereits in den 80er Jahren wurde die Weltmarktführerschaft zum strategischen Ziel erklärt und in den folgenden Jahren wurden Produktionsstätten im In- und Ausland aufgebaut oder entlang der Prozesskette des Kunden hinzugeworben. Zudem haben wir eigene Vertriebs- und Serviceorganisationen in vorher bestimmten Zielmärkten gegründet und sind somit längst ein Global Player.

Erfolge mit laserTec

Seit wir die neue Technik zur Serienreife geführt und auf dem Neuheitensymposium der LIGNA 2009 den Innovationspreis gewonnen haben, konnten wir bereits über ein Dutzend **laserTec**-Maschinen verkaufen. Die großen Vorteile bei der Kantenverarbeitung mit der innovativen Technologie und die sichtbar höhere Qualität kommen bei den Kunden gut an. Insbesondere aus der Küchen- und Badmöbelindustrie gibt es aktuell zahlreiche weitere Anfragen und ein großes Interesse an **laserTec**. Aufgrund dieser sehr positiven Marktresonanz arbeiten wir intensiv an der Weiterentwicklung der patentierten Technik und wollen noch höhere Produktionsgeschwindigkeiten erzielen. Mit gezielten Marketingaktionen wie beispielsweise der **laserTec** Asia-Pacific-Tour, Anwenderberichten oder Live-Vorführungen der Technik bei den Kunden vor Ort sowie weltweit auf den wichtigen Messen werden wir **laserTec** weiter im Markt aktiv bewerben und die Kunden von der revolutionären Technik überzeugen.

HOMAG feiert 50-jähriges Firmenjubiläum

Am 1. Januar 1960 gründeten Gerhard Schuler und Eugen Hornberger

HOMAG und entwickelten das Unternehmen zum heute im Bereich der Holzbearbeitung weltweit führenden Konzern. Dies gelang durch ein kräftiges eigenes Wachstum, aber auch mit gezielten Zukäufen von Unternehmen, die das eigene Leistungsspektrum jeweils sinnvoll ergänzt haben. Ein wichtiger Erfolgsfaktor war die klare Strategie zur Erschließung der internationalen Märkte mit dem Aufbau eines dichten Netzes von Vertriebs- und Servicegesellschaften sowie exklusiven Vertriebspartnern in allen wichtigen Absatzregionen. Zu den elf inländischen sind mittlerweile zudem auch fünf ausländische Produktionsgesellschaften hinzugekommen. Zum Firmenjubiläum werden wir unseren Kunden zahlreiche Editionsmaschinen präsentieren.

Finanzkalender

31. März 2010

Veröffentlichung Geschäftsbericht 2009

31. März 2010

Bilanzpressekonferenz in Stuttgart

31. März 2010

Analystenkonferenz in Frankfurt am Main

14. Mai 2010

Dreimonatsbericht 2010

28. Mai 2010

Hauptversammlung in Freudenstadt

13. August 2010

Sechsmonatsbericht 2010

12. November 2010

Neunmonatsbericht 2010

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