



Medienkonferenz/Analystenpräsentation

Zürich, 21. März 2014



Interroll Holding AG

1 Highlights 2013

Paul Zumbühl,
CEO

2 Technologie und Innovation
für die Zukunft

Dr. Ralf Garlichs,
Executive Vice President
Products & Technology

3 Endkundenansprache als
Wachstumstreiber

Jens Karolyi,
Vice President Marketing

4 Finanzielle Berichterstattung 2013

Daniel Bättig,
CFO

5 Ausblick

Paul Zumbühl,
CEO

6 Q&A

Auftragseingang

wächst +5.4 % auf CHF 318.8 Mio.
(2012: CHF 302.6 Mio.)

Umsatz

wächst +3 % auf CHF 316.3 Mio.
(2012: CHF 307.2 Mio.)

EBITDA

steigt um 10.4 % auf CHF 45.4 Mio.
(2012: CHF 41.1 Mio.)

EBITDA-Marge

erhöht auf 14.3 % (2012: 13.4 %)

Amerika und Asien

hohes Umsatzwachstum von 20.4 %
bzw. 27.8 %

Neugründung

Interroll Italien

Akquisition

Portec Inc., USA, ein führender Hersteller
von Gurtkurven

Innovation

Entwicklung einer neuen Fördererplattform;
Launch im Mai 2014 auf der CeMAT
Hannover

Neugründung Interroll Italien im Juni 2013



Produkte / Markt

- Lebensmittelverarbeitung
- e-Commerce
- Kurier-, Express- und Postdienste
- Flughafenlogistik

Strategie

- direkte Betreuung der Kunden in Italien
- Verkürzung der Lieferzeiten
- Ausbau des Service-Geschäfts

Wer ist Portec?

- führender US-Hersteller von Gurtkurven und Förderlösungen mit Hauptsitz in Colorado
- beliefert rund 70 % aller US-Flughäfen
- Umsatz rund USD 20 Mio.

Produkte / Markt

- Gurtkurven, Spiralkurven, Bandförderer
- Flughäfen, Distributionszentren, Post- und Kurierdienstleister

Strategie

- Vertrieb Interroll-Produkte an Portec-Kunden innerhalb der USA
- Vertrieb Portec-Gurtkuven in Europa, Brasilien und Asien
- Ausdehnung des Service-Geschäfts

Interroll Produktbereiche

Drives & Controls
(35 % Umsatzanteil)



Rollers
(24 % Umsatzanteil)



Conveyors & Sorter
(22 % Umsatzanteil)



Pallet & Carton Flow
(19 % Umsatzanteil)



Kundenanforderungen durch Megatrends getrieben

Globalisierung

Grenzüberschreitender Wettbewerb erfordert effizienten Materialfluss, der hilft Kosten zu sparen

Urbanisierung

Wachsende Artikelvielfalt, hochkomplexe Verteilketten und steigender Anspruch an Hygiene führen zu anspruchsvolleren internen logistischen Prozessen

Vernetzung

Durch E-Commerce gestiegene Erwartungen an Vielfalt, und Geschwindigkeit verlangen schnellere und effiziente logistische Prozesse

Klimawandel

Der steigende Energiebedarf und die Auswirkungen auf die Umwelt verlangen nach energieeffizienten Lösungen in der internen Logistik

1 Highlights 2013

Paul Zumbühl,
CEO

2 Technologie und Innovation
für die Zukunft

Dr. Ralf Garlichs,
Executive Vice President
Products & Technology

3 Endkundenansprache als
Wachstumstreiber

Jens Karolyi,
Vice President Marketing

4 Finanzielle Berichterstattung 2013

Daniel Bättig,
CFO

5 Ausblick

Paul Zumbühl,
CEO

6 Q&A

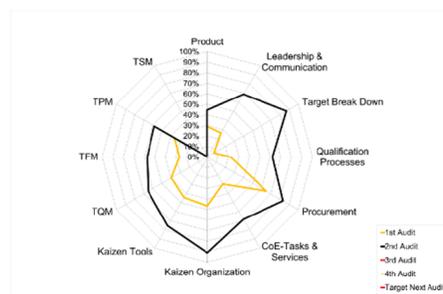
Das Interroll Produktions-System (IPS)



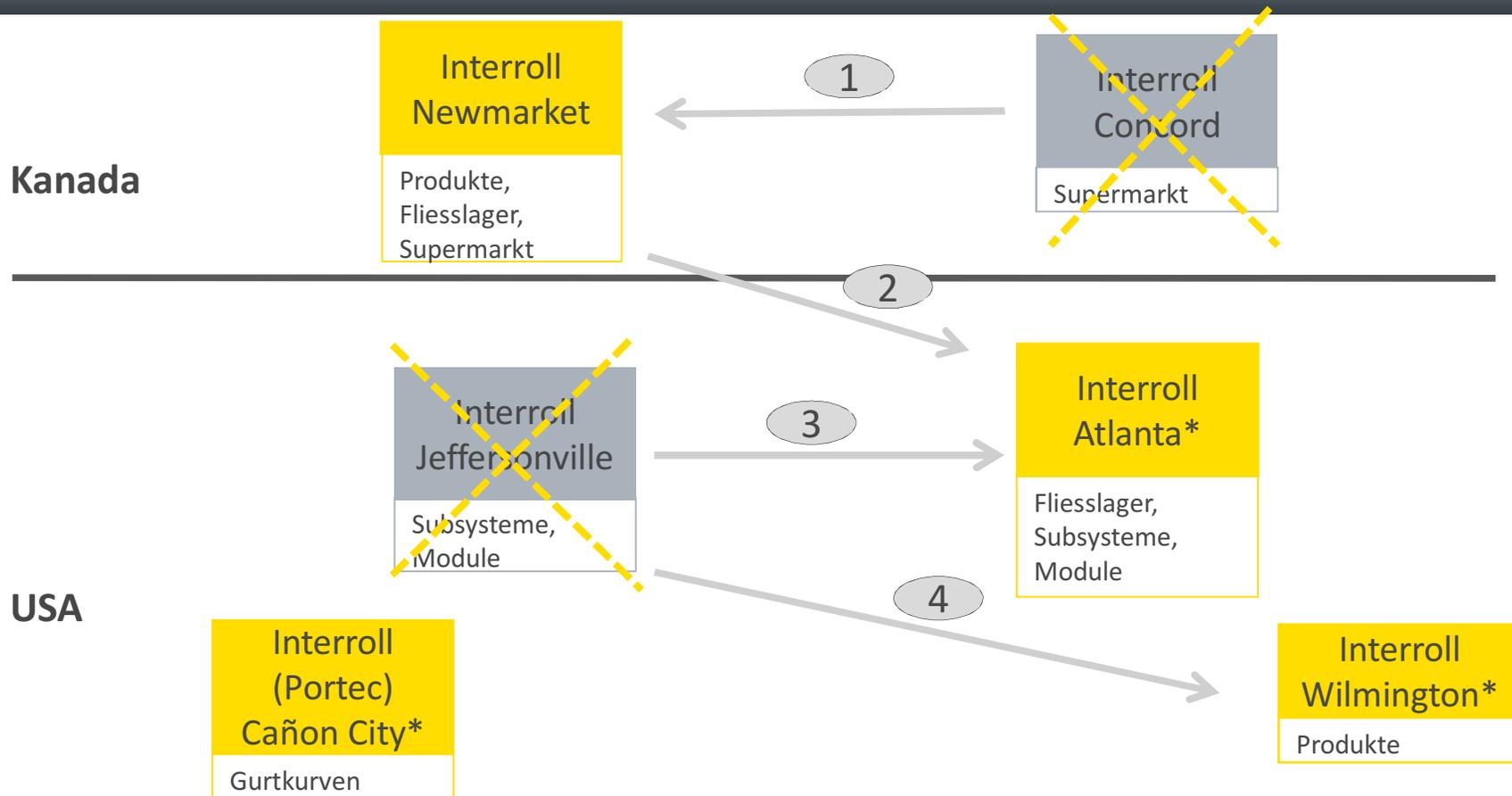
4 Kernelemente:

1. Exzellente Prozesse durch kontinuierliche Verbesserung
2. Geringe Komplexität durch die Umsetzung unserer Plattformstrategie
3. Globale Verfügbarkeit durch lokale Produktion
4. Exzellente Innovationsprozess mit Fokus auf Kundenvorteilen (USP's)

Die Umsetzung wird in allen Fabriken jährlich auditiert und gemessen



Konsolidierung der Produktion in Nordamerika



* Regionales Kompetenzzentrum

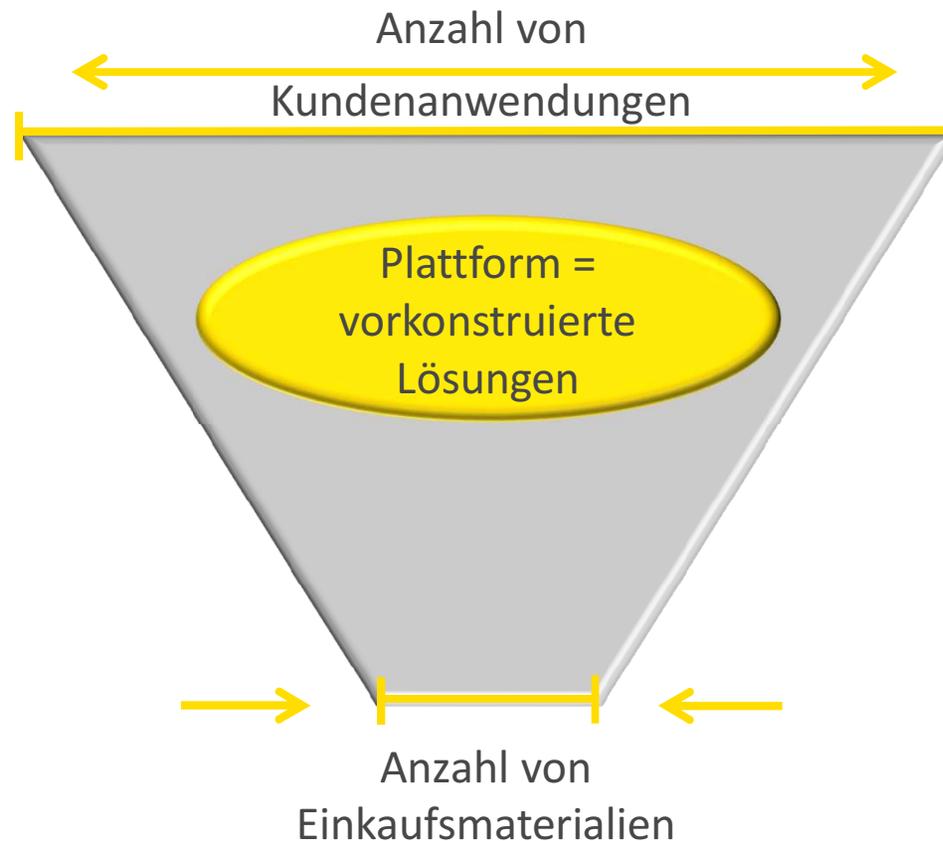
Neues Kompetenzzentrum Atlanta



- Eröffnung 16. März 2014
- hochmoderne Produktion für Fließlager, Module und Subsysteme
- schnelle Reaktion auf just-in-time-Anfragen von Kunden aufgrund guter Infrastrukturanbindung



- Maximierung der Wiederholhäufigkeit von Komponenten
- gleichzeitige Flexibilität gegenüber Kundenanforderungen



Entwicklung einer globalen Förderer-Plattform in Modulbauweise



Aktuell:

regionale Plattform pro Modul mit hoher Individualisierung

Rollenförderer

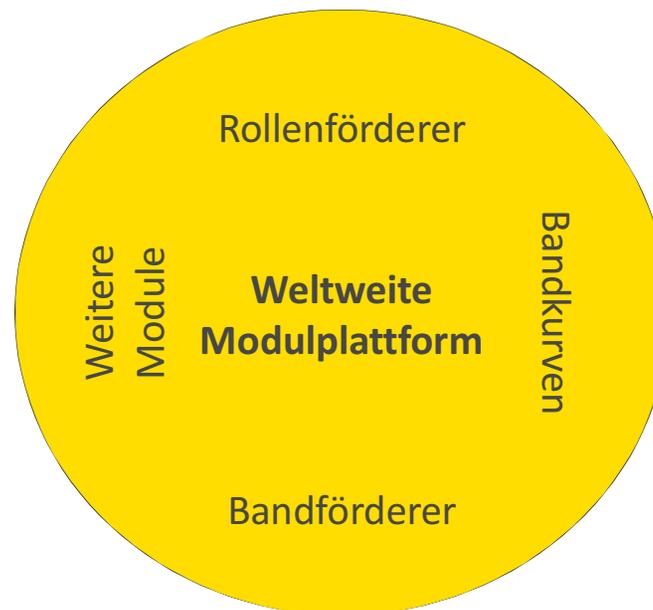
Bandförderer

Bandkurven

Weitere Module

Künftig:

weltweite Plattform pro Modul mit hoher Standardisierung



Nutzen

- Kundennutzen:
 - massive Verkürzung der Planungsphase
 - massive Verkürzung der Installationszeit
- viele Alleinstellungsmerkmale
- kurze Lieferzeiten
- konfigurierbar auf SAP
- reduzierte Kosten
- erhöhte Qualität

Roll-out Strategie für die neue Förderer-Plattform



- April / Mai 2014: **Training** Vertrieb
- Mai 2014: **Launch** auf der CeMAT in Hannover (19.-23. Mai)
- bis September 2014: **Übergangsphase** alte / neue Plattform
- 2015: **Roll-out** in USA (Atlanta) und Asien (Suzhou)
Produkte – Prozesse - Produktion



1 Highlights 2013

Paul Zumbühl,
CEO

2 Technologie und Innovation
für die Zukunft

Dr. Ralf Garlichs,
Executive Vice President
Products & Technology

3 Endkundenansprache als
Wachstumstreiber

Jens Karolyi,
Vice President Marketing

4 Finanzielle Berichterstattung 2013

Daniel Bättig,
CFO

5 Ausblick

Paul Zumbühl,
CEO

6 Q&A

Marketingaktivitäten sprechen gezielt Endkunden an

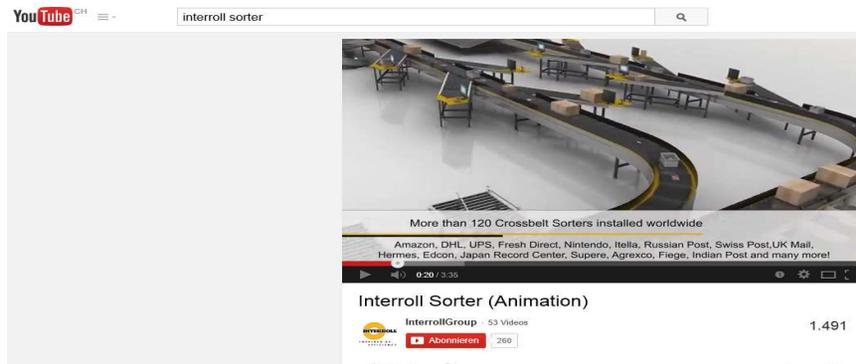


- Attack** Interroll weist Vorteile der eigenen Technologie nach
- Break-in** Interroll kann Führungsposition ausbauen
- Emancipate** Interroll baut das Vertrauen der Endkunden aus

Endkunden-Kampagne «Sorter»



Animation zur Arbeitsweise eines Sorters



Neue Sorter-Broschüre mit klarem Fokus auf Vorteile für Endkunden und e-Commerce Markt



VIP-Seminar im globalen Kompetenzzentrum für Sorter, Sinsheim



Bleibende Eindrücke vom VIP Seminar



Partnerschaft mit dem Sauber F1 Team



- Interroll: Promotional Partner des Sauber F1 Teams seit 2012
- Gemeinsame strategische Werte:
Präzision, Zuverlässigkeit, Geschwindigkeit
- **Management Meetings in Hinwil, Europäischer F1 Event in Wermelskirchen, etc**



1 Highlights 2013

Paul Zumbühl,
CEO

2 Technologie und Innovation
für die Zukunft

Dr. Ralf Garlichs,
Executive Vice President
Products & Technology

3 Endkundenansprache als
Wachstumstreiber

Jens Karolyi,
Vice President Marketing

4 Finanzielle Berichterstattung 2013

Daniel Bättig,
CFO

5 Ausblick

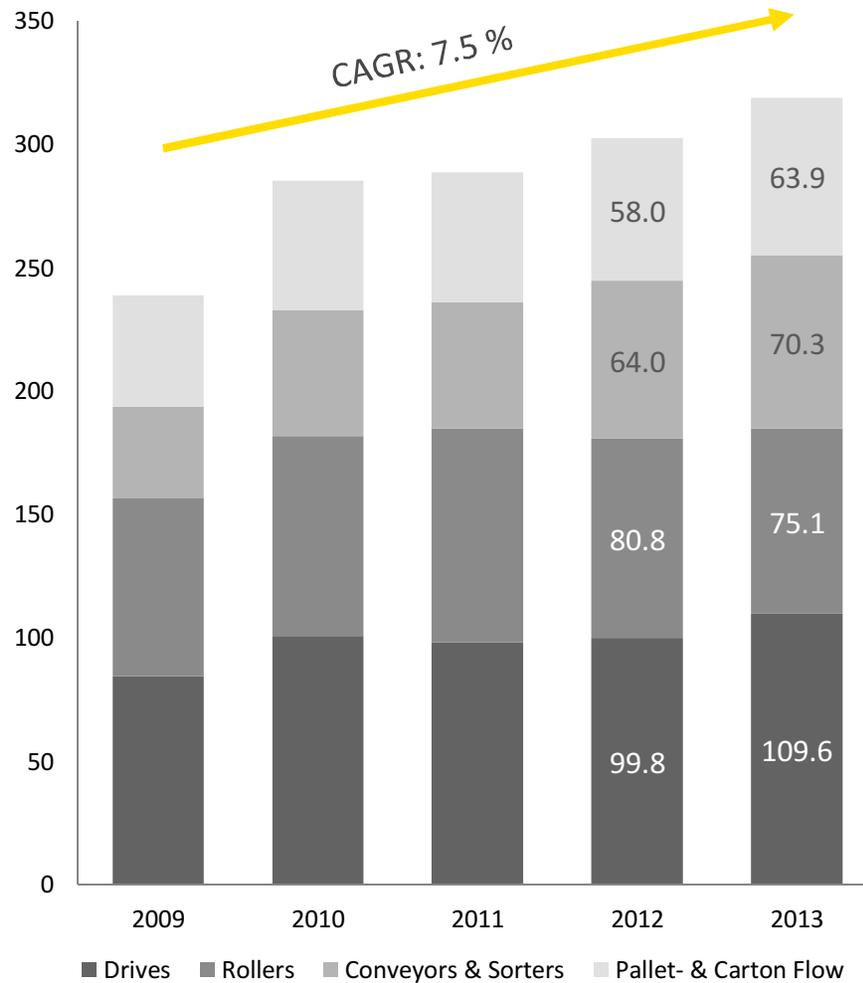
Paul Zumbühl,
CEO

6 Q&A

Auftragseingang +5.4%



CHF Mio.

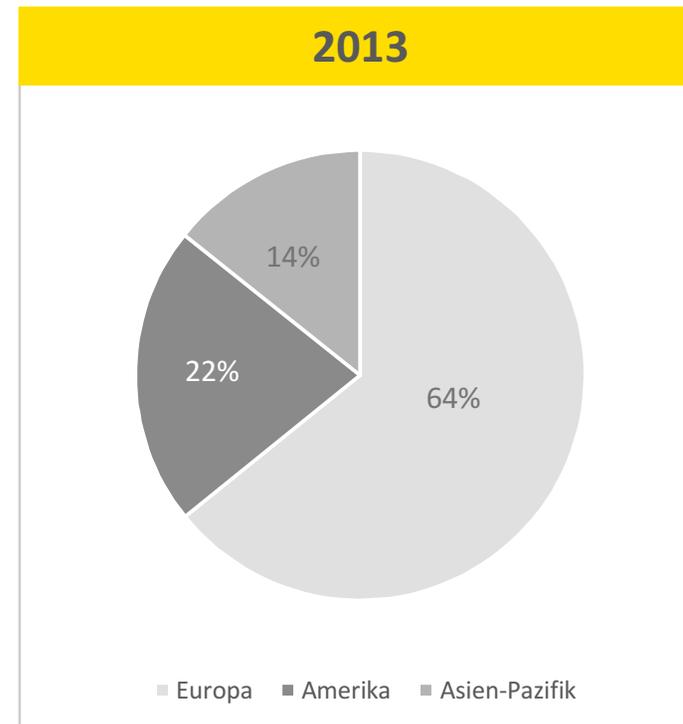
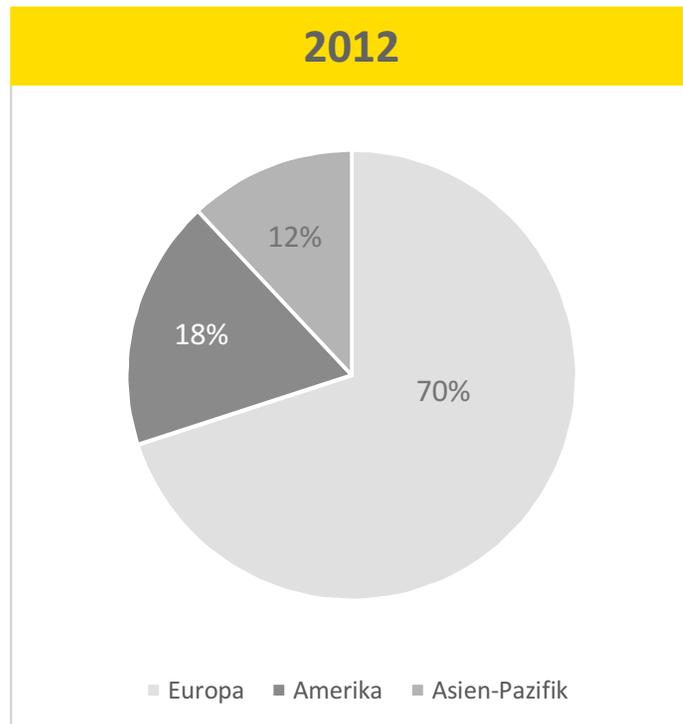


- Auftragseingang
CHF 318.8 Mio. (+ 5.4 %)
- Nettoumsatz
CHF 316.3 Mio. (+ 3.0 %)
- Book-to-Bill Ratio: 1.01

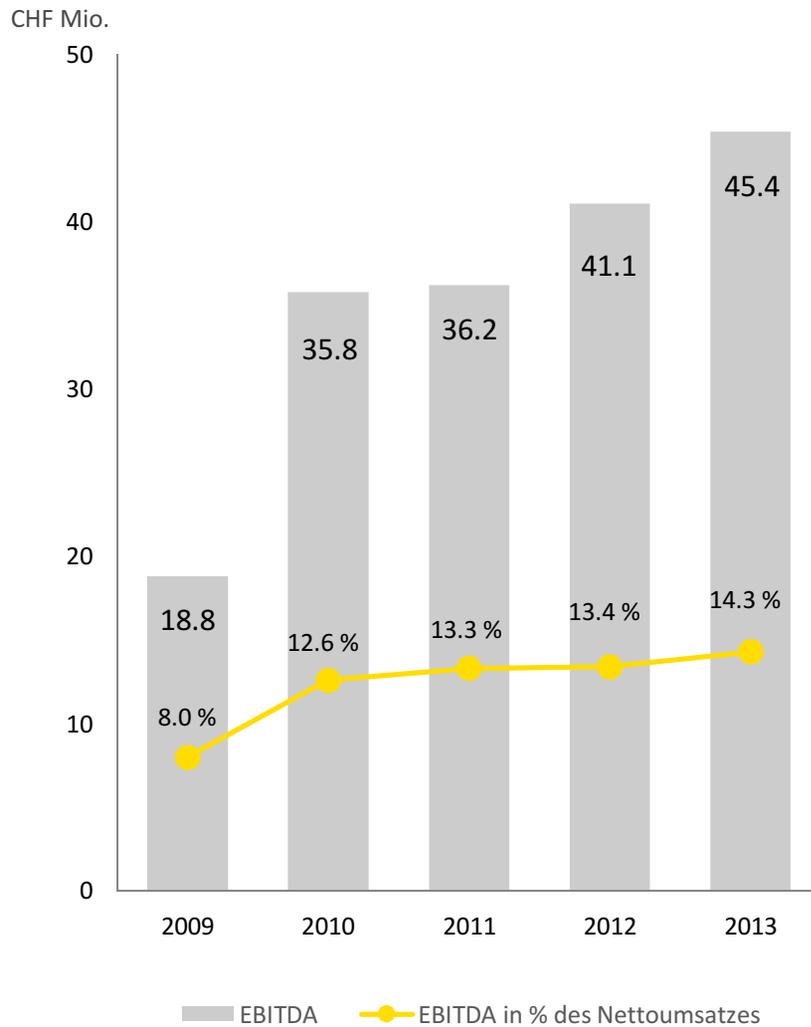
Verbesserte Umsatzverteilung in den Regionen



- Nettoumsatz EMEA: CHF 203.0 Mio. (-5.7 %)
- Nettoumsatz Amerika: CHF 68.1 Mio. (+20.4 %)
- Nettoumsatz Asien-Pazifik: CHF 35.3 Mio. (+27.8 %)



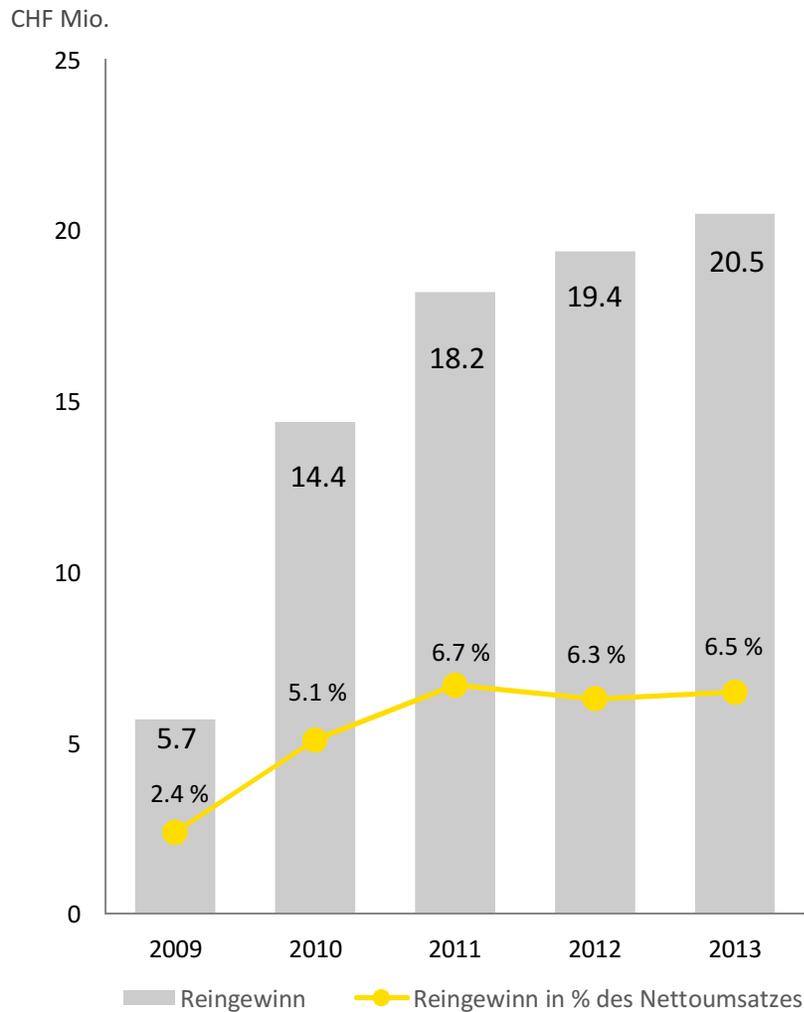
EBITDA-Marge um 10.4 % gesteigert



Kosten-Fitness-Programm

- Bruttomarge: 55.1 % vom Nettoumsatz (2012: 53.7 %)
- EBITDA: CHF 45.4 Mio. (+10.4 %)
- EBITDA-Marge: 14.3 % vom Nettoumsatz (2012: 13.4 %)

Reingewinn +6.0 %

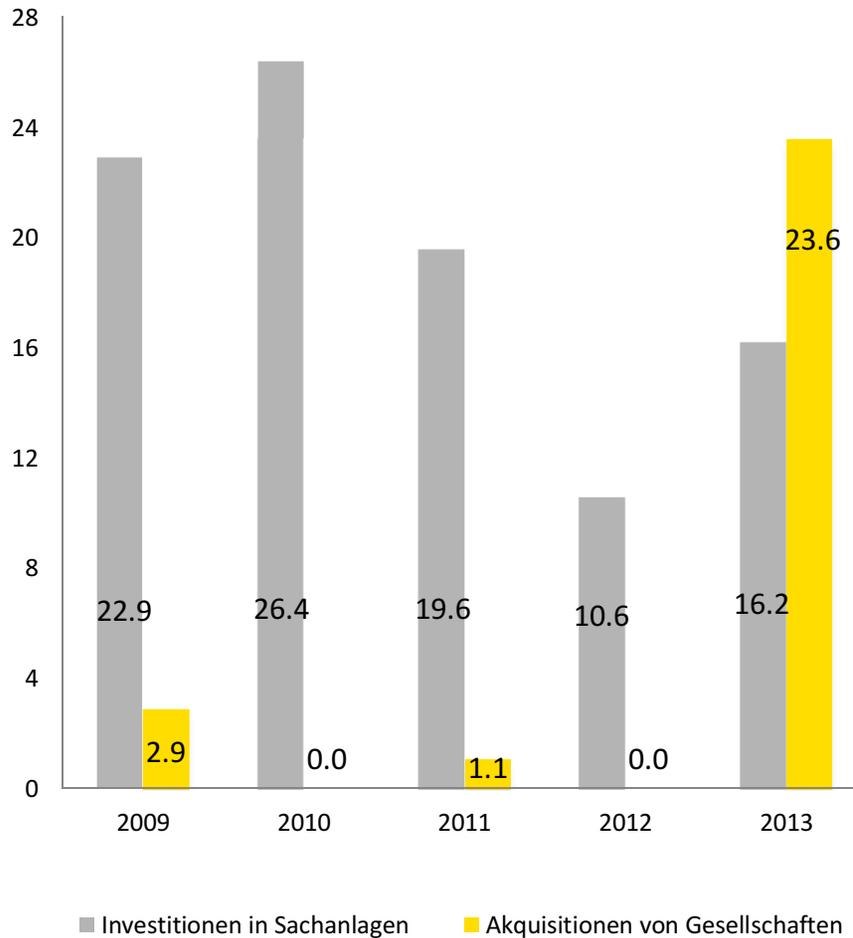


- Amortisation SAP: CHF 3.8 Mio. (2012: CHF 2.9 Mio.)
- EBIT: CHF 27.2 Mio. (+ 9.6 %)
- EBIT-Marge: 8.6 % vom Nettoumsatz
- Steuerquote: 19.7 % von EBT (2012: 19.5%)

Investitionen von CHF 40 Mio. in künftiges Wachstum

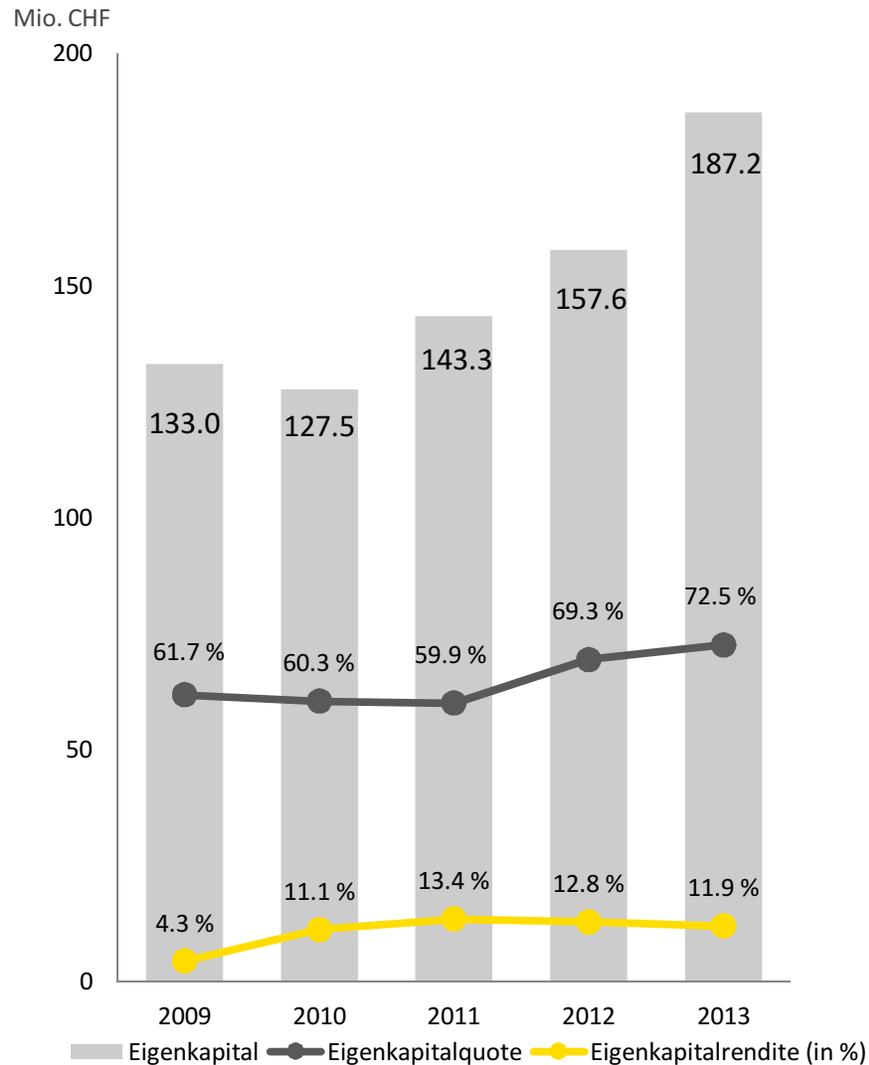


Mio. CHF



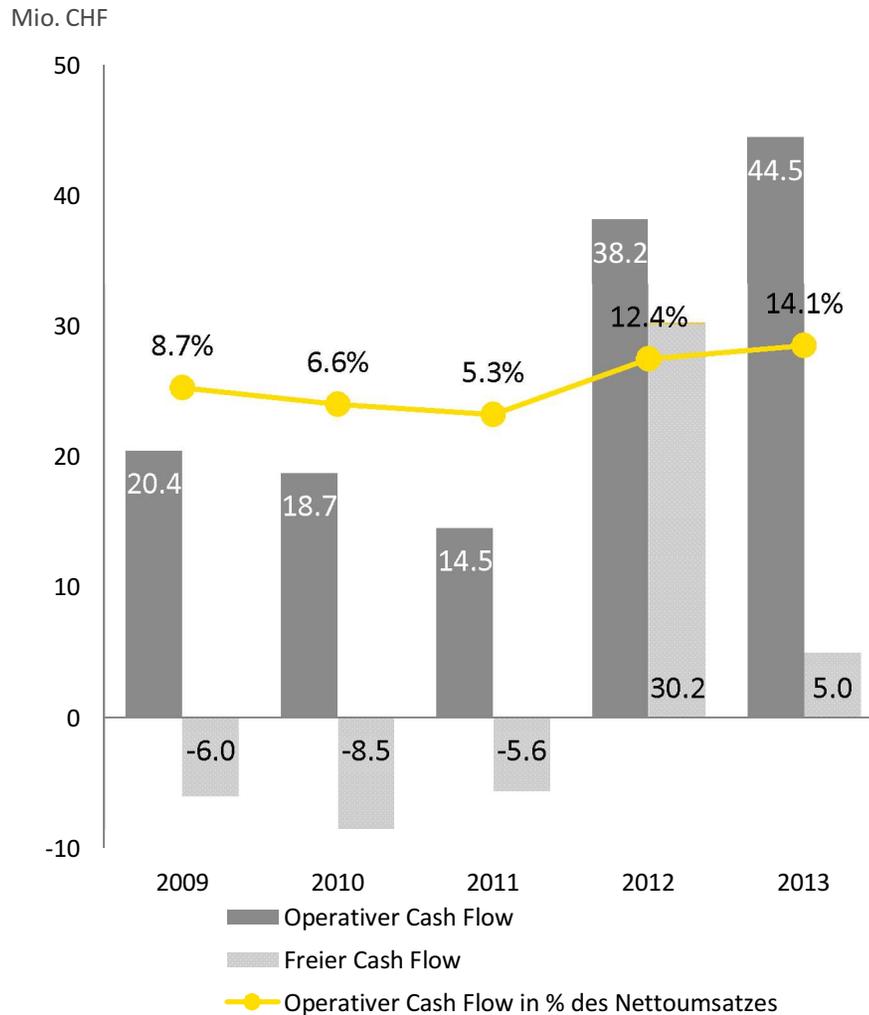
- Investitionen: CHF 39.8 Mio. (2012: CHF 10.6 Mio.)
- Akquisition Portec im Juli 2013
- Investitionen in Infrastruktur und Maschinenpark in USA

Eigenkapital um 18.8 % gestiegen



- Reingewinn CHF 20.5 Mio.
- Ende des Kaderoptionsplanes:
42'625 Optionen ausgeübt bis 30.09.13
- (zugrunde liegende) eigene Aktien verkauft:
rund CHF 15.0 Mio.

Starker operativer Cash Flow und positiver freier Cash Flow

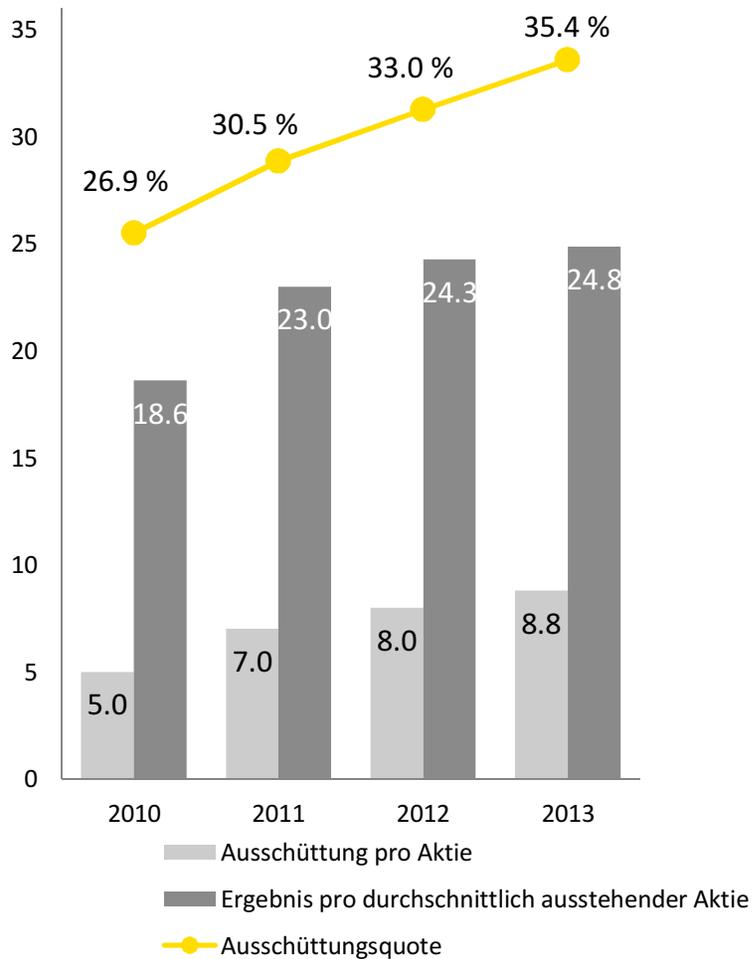


- Operativer Cash Flow: CHF 44.5 Mio. (+ 16.5 %)
- Freier Cash Flow: CHF 5.0 Mio. trotz hoher Investitionen und der Akquisition
- Nettofinanzguthaben: CHF 20.2 Mio.

Erhöhte Ausschüttung pro Aktie von CHF 8.80



Mio. CHF



- Vorschlag an die Generalversammlung im Mai 2014: Ausschüttung von CHF 8.80 (+10.0 %)

Generalversammlung

9. Mai 2014

Halbjahresbericht

8. August 2014

1 Highlights 2013

Paul Zumbühl,
CEO

2 Technologie und Innovation
für die Zukunft

Dr. Ralf Garlichs,
Executive Vice President
Products & Technology

3 Endkundenansprache als
Wachstumstreiber

Jens Karolyi,
Vice President Marketing

4 Finanzielle Berichterstattung 2013

Daniel Bättig,
CFO

5 Ausblick

Paul Zumbühl,
CEO

6 Q&A

Markt

- Weiterhin unsicheres Wirtschaftsumfeld
- Investitionsbereitschaft: Europa → Asien → Amerika
- Wachstumspotenziale: e-Commerce, Distribution, Lebensmittelverarbeitung, Automatisierung

Schwerpunkte Interroll

- Innovation & Marketing
- Stärkung Vertrieb in China und USA
- Strategische Projekte vorantreiben (SAP, Konsolidierung der Produktion in den USA, neue Förder-Plattform)

Umsatz & Profitabilität

- Marktanteil in Asien und USA gezielt weiter ausbauen
- Einführung zahlreicher neuer Produkte
- Zusätzliche Kosten für Konsolidierung der Produktion in den USA und Einführung der neuen Förderer-Plattform

