

Rupert Stadler,
Vorsitzender des Vorstands

Die Marke Audi setzt viele positive Assoziationen frei. Natürlich hat man sofort die einprägsamen vier Ringe vor Augen, dicht gefolgt vom Claim „Vorsprung durch Technik“. Darüber hinaus verkörpert Audi aber auch einen besonderen Drive, eine genuine Leidenschaft, die sich nicht zuletzt in einer langen und erfolgreichen Rennsporttradition niederschlägt.

Dieser Tradition zollt der Audi Geschäftsbericht 2011 durch ein faszinierendes Titelblatt Tribut. Gestaltet in Form eines Vexierbildes, lässt es, je nach Blickwinkel des Betrachters, zwei automobile Ansichten zu. Die eine steht für die historische Dimension und zeigt einen Auto Union Rennwagen, wie er Ende der 1930er-Jahre die Rennstrecken dominierte. Die andere Perspektive fokussiert auf den Audi R18 TDI, mit dem Marcel Fässler, André Lotterer und Benoît Tréluyer im letzten Jahr die 24 Stunden von Le Mans gewonnen haben.

Damals wie heute steht Audi für avancierte Technologie, aber eben auch noch für mehr: für Begeisterung, wie sie am Beispiel der Zuschauer damals und heute offensichtlich wird. Und dieser Mehrwert hat der 264 Seiten starken Publikation ihren stimmigen Titel gegeben: „Begeisterung. Der schönste Antrieb“. An diese Begeisterung appelliert der Vorstandsvorsitzende Rupert Stadler in seinem Editorial, wenn er schreibt: „Wer Menschen begeistert, respektiert sie und erhebt sie über das

Alltägliche“. Schließlich ist das Leitthema dieses Geschäftsberichts zugleich auch Mittelpunkt der Audi Strategie 2020.

Diese Publikation wirkt vom ersten Moment an ambitioniert und kreativ aufgeladen. Die Magazinform, die emotional fotografierte Bildstrecken mit Texten auf hohem journalistischen Niveau verbindet, ist dabei perfekt gewählt. So wie die Idee, den siebenköpfigen Audi Vorstand nicht nur einfach auf einem Gruppenfoto abzubilden, sondern auf den Seiten vier bis 17 kurz einzeln vorzustellen, indem jeder seinen ganz speziellen Audi Augenblick 2011 zum Besten gibt. Für Rupert Stadler war das der Sieg in Le Mans, für Frank Dreves,



Zu sehen ist links der Eingang zum Audi Ring auf der IAA 2011, rechts präsentiert sich Katharina Wagner, Leiterin der Bayreuther Festspiele, als Autoliebhaberin



Vorsprung durch Technik Audi

Produktion, die 24 Stunden von Audi, bei denen 2.259 Audianer beim 24-Stunden-Lauf eine Spendsumme von mehr als 150.000 Euro erliefen oder für Thomas Sigi der Audi Q3 Cube. Gerade der letzte Aspekt rekurriert auf eine der großen Stärken der Ingolstädter: den innovativen Antrieb, der sich in den Zukunftsfeldern connect, ultra und e-tron konkretisiert und auch dieser Publikation ihren Stempel aufdrückt. Dem Thema Innovation hat man deshalb – neben den zentralen Attributen Erlebnis, Leidenschaft, Verantwortung und Inspiration – auf den Seiten 46 bis 69 ein überaus spannendes Kapitel gewidmet. Es vermittelt z.B., dass unter dem Begriff connect alle Anwendungen zusammengefasst werden, die einen Audi mit seinem Besitzer, dem Internet, der Infrastruktur und anderen Fahrzeugen verbinden.

Diese vernetzte Mobilität ist aber nur ein Aspekt der Audi Zukunft, wie die Doppelseite 42/43 eindrucksvoll dokumentiert. Hier sieht der Leser Festspielchefin Katharina Wagner anlässlich der IAA beim Probesitzen im R8 GT Spyder. Im Hintergrund erkennt man den Eingang zum Audi Ring, der seine Besucher in eine visionäre Erlebniswelt voller Dynamik und Innovation entführt. Dass man in Ingolstadt auch weit über die IAA hinaus jede Menge guter Ideen hat, zeigen die darauffolgenden

Das ist Leidenschaft: Jeder Audi wird auf Herz und Nieren geprüft – der Beitrag nimmt den Leser mit zum Meisterbock, der Qualitätsprüfstelle, die jeder neuentwickelte Wagen durchlaufen muss, denn Hochwertigkeit gilt bei Audi als das Maß aller Dinge und ist einer der zentralen Markenwerte



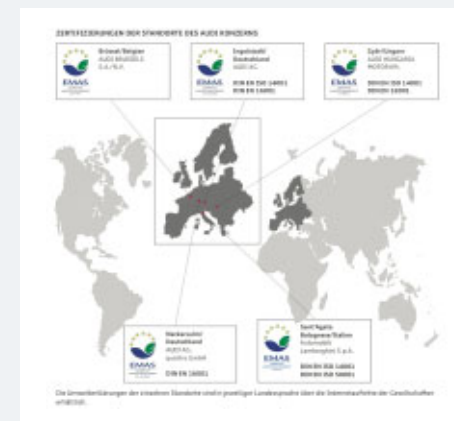
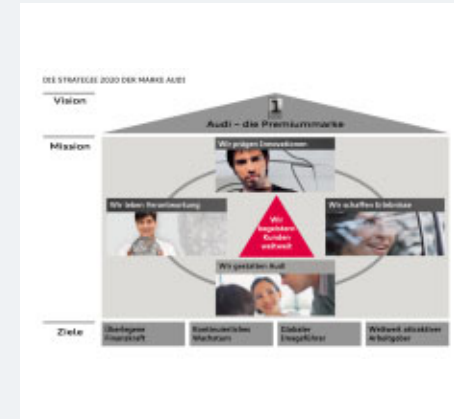
Seiten. So bündelt Audi in dem Begriff ultra die Entwicklungen für intelligente Leichtbaulösungen, um die Fahrzeuge noch agiler zu machen, den Kraftstoffverbrauch zu senken und den für die Elektromobilität typischen Gewichtsachteil zu kompensieren. Wie jedes Kapitel wird auch dieses durch einen inspirierenden Gedankenaustausch arrondiert, hier zwischen Rupert Stadler und dem US-amerikanischen Forscher Prof. Smith über die automobilen Herausforderungen der Zukunft. Neben Sportlichkeit und Progressivität ist Hochwertigkeit der dritte essenzielle Audi Markenwert. Die Seiten 80/81 ff. bringen dem Leser glaubwürdig nahe, wie hoch der Anspruch an jedes einzelne Fahrzeug mit den vier Ringen, hier der neue Audi RS4, ist. Der Bildausschnitt demonstriert, dass Qualität als Maß aller Dinge bei Audi im Wortsinn verstanden wird, denn im Audi Meisterbock wird zehntelmillimetergenau vermessen. Dass der Leser sich dabei im Kapitel „Leidenschaft“ befindet ist kein Zufall, denn Qualität ist Leidenschaft und Streben nach Perfektion, wie es Werner Zimmermann als Leiter der Audi Qualitätssicherung formuliert.

Dieser Geschäftsbericht ist so facettenreich und fesselnd, dass man sich jederzeit und gerne festliest. Das erste Kapitel „Erlebnis“ (S. 22-45), das mit der Audi driving experience eröffnet, ist dafür bezeich-



Der Geschäftsbericht im Internet

Verschiedene, plastisch und anschaulich gestaltete Grafiken geben dem Leser im Finanzteil u.a. einen Überblick zur Strategie 2020 der Marke Audi, den neuen Modellen 2011 oder den Zertifizierungen der Standorte des Konzerns



hend. Ist es nicht ein Traum, mit einem Audi R8 GT Spyder durch die Toskana zu fahren? Audi ist emotional, schaut aber auch über den Tellerrand hinaus und reflektiert über die Welt von morgen. Am Beginn des Kapitels „Verantwortung“ (S. 88-107) steht deshalb die Audi Urban Future Initiative, bei der Antworten auf die Frage nach der Mobilität der Zukunft ausgearbeitet werden. In einem größeren Kontext wird in Ingolstadt auch das Thema Nachhaltigkeit betrachtet – hier am Beispiel der Initiative Audi balanced mobility. 2011 war für Audi hinsichtlich der wesentlichen unternehmerischen Parameter ein Rekordjahr. Dies offenbaren nicht zuletzt die Seiten 130 bis 132, die auf den Punkt bringen, dass Audi auf dem Weg zur weltweit führenden Premiummarke ist. Einer Premiummarke, die nicht nur durch Artikel aus der Audi Welt, sondern auch durch eine starke Finanzkraft zu begeistern weiß. Und Begeisterung ist schließlich der schönste Antrieb.

FINANZKENNZAHLEN

Stand: 31.12.2011
Rechnungslegung nach IFRS

Börsensegment: General Standard

WKN: 675700

Umsatz: 44.096 Mio. Euro

Ergebnis je Aktie: 102,06 Euro

Ausgleichszahlung je Aktie: 3,00 Euro

Operatives Ergebnis: 5.348 Mio. Euro

Eigenkapital: 12.903 Mio. Euro

Belegschaft: 62.806
(im Durchschnitt, weltweit)

Der nächste Geschäftsbericht
erscheint am 12. März 2013

INFORMATION

AUDI AG
85045 Ingolstadt
Martin Primus
Finanzkommunikation/Finanzanalytik
Fon: 0841 89-92900
Fax: 0841 89-30900
martin.primus@audi.de
www.audi.de/investor-relations

Agentur
G+J Corporate Editors GmbH, Hamburg
www.corporate-editors.com



Prof. Dr.-Ing. Wolfgang Reitzle,
Vorsitzender des Vorstands

Energie ist eines der großen Themen unserer Zeit. Und weil es von solch immenser Bedeutung ist, wird darüber leidenschaftlich und zunehmend kontrovers diskutiert. Einig ist man sich wohl nur darin, dass unsere moderne Gesellschaft auf eine bezahlbare, verlässliche und umweltschonende Energieversorgung angewiesen ist.

So formuliert es auch das Linde Annual 2011, das als Teil des aktuellen, zweibändigen Geschäftsberichts den Titel Clean Technology Solutions trägt. Die Tatsache, dass der Weg zu einer zunehmend sauberen Energiewirtschaft über den Ausbau erneuerbarer Energiequellen und den Einsatz neuer Technologien führt, wird durch dieses Motto sinnfällig erfasst. Auch das reine Weiß des Umschlags, auf dem nur aufsteigende Gasbläschen einen luftigen, transparenten Akzent setzen, unterstreicht die Kompetenz des weltweit führenden Gase- und Engineeringunternehmens, Ressourcen effizient zu nutzen und Energie nachhaltig zu erzeugen.

Schon auf den ersten Seiten dieser mit knapp 70 Seiten sehr konzise gehaltenen Publikation vermittelt sich der Eindruck, dass die Linde Group mit ihren über 50.000 Mitarbeitern und einem Umsatz von fast 14 Mrd. Euro den Wachstumsmarkt Energie und Umwelt in all seinen Facetten durchdringt. Besonders beeindruckt der Impetus, immer über den Tellerrand des eigenen Tuns zu blicken, die



komplexe Materie gut verständlich darzustellen, ohne sich jedoch unnötigen Simplifizierungen anzudienen. Deshalb ist das Vorgehen, als erstes Kapitel den Fachbeitrag „Die Energie der Zukunft“ von Dr. Fatih Birol zu wählen, eine geschickte Idee. Das hohe Niveau, das der Chefökonom der Internationalen Energieagentur (IEA) auf diesen fünf Seiten vorgibt, prägt den weiteren Verlauf dieses Annuals und stellt die Anstrengungen von Linde in einen adäquaten Kontext. Zentrale Aussagen wie diejenige, dass in den kommenden 25 Jahren 90 Prozent der zusätzlichen Energienachfrage auf Nicht-OECD-Länder entfallen werden, bleiben beim Leser haften und geben den Münchnern die

Die Industriekulisse der weltweit größten Gas-to-Liquids-Anlage erleuchtet den Nachthimmel Katars, wo sie im Jahr 2011 in Betrieb genommen wurde und von Linde mit stündlich rd. 860.000 m³ Sauerstoff aus den eigenen Luftzerlegungsanlagen beliefert wird



Richtung vor. Diese Richtung maßgeblich mitzubestimmen, hat sich die Linde AG zur Aufgabe gemacht und setzt dabei auf ein breites Spektrum an Kompetenzen und Geschäftsfeldern, das zukunftsweisendes CO₂-Management und erneuerbare Energien ebenso umfasst wie die Förderung fossiler Rohstoffe. Die spielen, wie auf den Seiten 10 bis 19 zu erfahren ist, auch in absehbarer Zeit noch eine große Rolle. Dank innovativer Linde-Technologien wie der zur Erdgasverflüssigung wird diese Rolle zunehmend eine ressourcenschonende, umweltverträgliche sein.

Überhaupt stellt die „Intelligente Nutzung von Erdgas“ – so lautet der Titel des dritten Kapitels – ein Hauptaugenmerk des dynamischen Unternehmens dar. Dieser Tatsache wird durch das Motiv auf der Doppelseite 20/21 gekonnt Rechnung getragen. Es zeigt die weltweit größte Gas-to-Liquids-Anlage, die 2011 in Katar in Betrieb genommen wurde. Erdgas ist kostengünstig und klimafreundlich, eine Brücke in die Energieversorgung von morgen. Dass Linde die gesamte Wertschöpfungskette der Erdgasbehandlung beherrscht, erfährt der Leser auf den Seiten 26 bis 29. Hier, wie auch in den anderen Kapiteln, besticht vor allem die souveräne Seitenkomposition und Leserführung. Unterschiedliche Farben und Schriftgrößen, intelligent eingesetzte Grafiken und Diagramme sowie



Auf den Highways, vor nächtlicher Skyline in Szene gesetzt, geht es schnell und laut zu – Linde wirkt an der Vision einer sauberen Mobilität aktiv mit, denn das Unternehmen beherrscht die gesamte Wertschöpfungskette der Wasserstoff-Technologie



stimmig platzierte Fotostrecken lockern den packend geschriebenen Text angenehm auf und machen aus einer Bleiwüste eine Oase für Wissbegierige. Es ist einfach faszinierend, was dieses Unternehmen alles kann, alles macht und wie es dem in dieser Publikation Ausdruck verleiht.

Vor allem anderen aber ist die Linde Group ein Unternehmen mit Visionen. Visionen, die es braucht, um die Zukunft der Energie und die Energie der Zukunft zu gestalten. Das sechste Kapitel des Annuals lässt sich fast ausnahmslos unter diesem Aspekt verstehen, lautet sein Titel doch „Auf dem Weg zur Wasserstoff-Gesellschaft“. Schließlich wird die Option, dass Highways wie der auf der Doppelseite 58/59 gezeigte bald von emissionsarmen Fahrzeugen bevölkert werden, deren Antrieb sich aus einer Brennstoffzelle speist, gerade greifbare Realität. Wasserstoff ist das Mittel der Wahl, und der Aufbau einer entsprechenden, flächendeckenden Infrastruktur schreitet auch in Deutschland beherzt voran. Liest man den spannenden Essay „Saubere Mobilität dank Wasserstoff“ auf den Seiten 64 bis 67, weiß man, dass ein neues Energiezeitalter begonnen hat. Ein Energiezeitalter, dem Linde seinen unverwechselbaren Stempel aufdrückt. Die Gruppe beherrscht nämlich auch in puncto Wasserstoff-Technologie die gesamte Wertschöpfungskette und setzt sich in den verschiedensten



Der Geschäftsbericht im Internet

Die großzügig und eindrucksvoll angelegten Grafiken erläutern spezifische Themen wie hier z.B. die Verflüssigung von Erdgas zu Liquefied Natural Gas (LNG) – eine so kostengünstige wie klimafreundliche Nutzung von Erdgas



Bereichen für den Durchbruch dieses umweltfreundlichen Energieträgers ein. Linde ist ein besonderes Unternehmen, das sich an expliziten Werten orientiert, darunter der Passion to excel. Dass die Münchner auch in der Unternehmenskommunikation mit Leidenschaft Herausragendes leisten, beweist der Geschäftsbericht 2011 eindrucksvoll. Dies gilt nicht nur für das Annual, sondern auch für den über 230 Seiten starken Finanzbericht mit dem Titel „Profitables Wachstum“, der hochseriöse, vorbildlich aufbereitete Daten und Fakten liefert. Nicht unerwähnt bleiben sollte hier das gelungene Porträt des Vorstands unter dem Vorsitz von Prof. Dr.-Ing. Wolfgang Reitzle auf Seite 5 – und natürlich der ebenso intelligent wie schön gestaltete Schubert, der beide Publikationen umschließt. Das Linde Annual aber transzendiert das Genre, ist sein strukturierter Kenntnisreichtum doch eine brillante Bestandsaufnahme der aktuellen Energiediskussion.

FINANZKENNZAHLEN

Stand: 31.12.2011
Rechnungslegung nach IFRS

Börsensegment: DAX

WKN: 648300

Umsatz: 13.787 Mio. Euro

Ergebnis je Aktie: 7,71 Euro

Dividende je Aktie: 2,50 Euro

EBIT: 2.152 Mio. Euro

Eigenkapital: 12.144 Mio. Euro

Mitarbeiter: 50.417 (weltweit)

Der nächste Geschäftsbericht erscheint im März 2013

INFORMATION

Linde AG
Klosterhofstraße 1
80331 München
Fon: 089 35757 01
Fax: 089 35757 1075
www.linde.com

Agentur
Peter Schmidt Group GmbH, Hamburg
www.peter-schmidt-goup.de



Peter Löscher,
Vorsitzender des Vorstands

Der Soziologe Georg Simmel schrieb vor mehr als 100 Jahren in seinem Essay „Die Großstädte und das Geistesleben“, die Metropolen seien seit jeher das Zentrum von Kultur und Geldwirtschaft gewesen, und ihre Anziehungskraft werde weiter steigen. Eine helllichtige Prognose, deren Realitätsgehalt sich gegenwärtig unter anderem darin manifestiert, dass ca. 50 Prozent der sieben Milliarden Menschen auf der Welt in Städten leben. 2050 soll dieser Anteil bei rund 70 Prozent liegen.

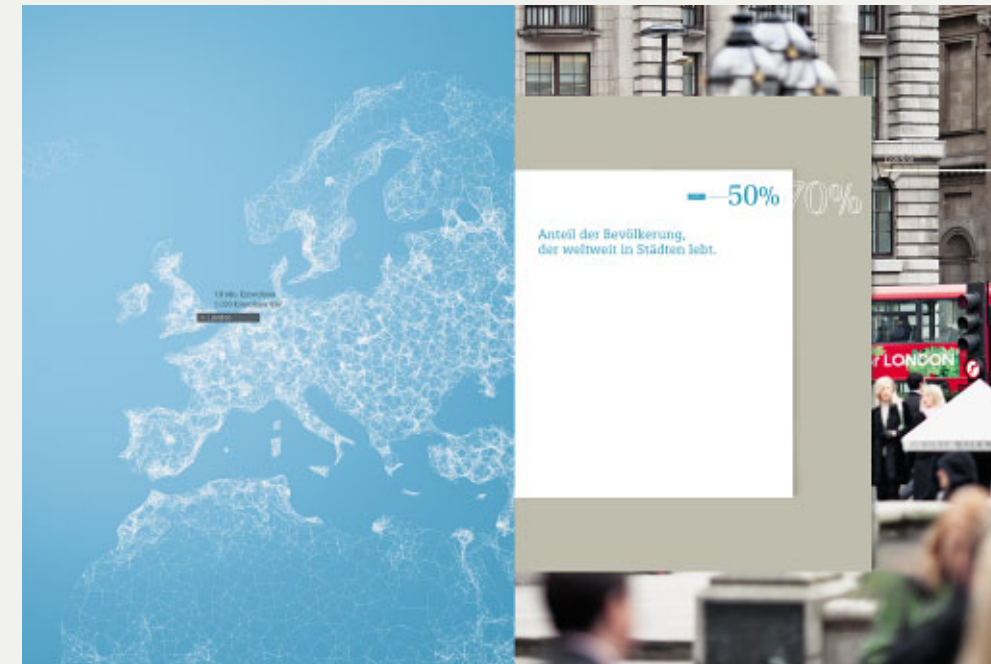
Mit den Implikationen dieser Entwicklung, zu denen der demografische Wandel genauso gehört wie der Klimawandel oder die Globalisierung, setzt sich der aktuelle Geschäftsbericht der Siemens AG in faszinierender Weise auseinander. Für ihre zweiteilige Publikation haben die Münchner deshalb folgerichtig den Titel „Städte nachhaltig entwickeln“ gewählt. Dieser Titel, der zugleich Ambition und Vision des weltweit präsenten, integrierten Technologiekonzerns umreißt, steht auf der Vorderseite des Umschlags, der, aufgeschlagen, eine zweiteilige atemberaubende Sicht auf London bietet. Die rechte Hälfte dieser fotografisch exzellent in Szene gesetzten Urbanität ist mit „Profitabel wachsen“ überschrieben und steht dem umfangreichen, 313 Seiten umfassenden Finanzbericht vor, während die linke Hälfte, der hier das Hauptaugenmerk gelten soll, den Anspruch „Lebensqualität

steigern“ formuliert und auf den 87-seitigen Unternehmensbericht verweist.

Schlägt der Leser dieses haptische Gesamtkunstwerk nun ein weiteres Mal auf, enthüllt sich ihm auf einen Blick die gesamte Tiefendimension, in der Siemens das Thema der nachhaltigen Stadt durchdenkt, konzipiert und für sich in einen zukunftsweisenden, unternehmerischen Kontext stellt. Die stilisierte Grafik, die auf der Weltkarte urbane Ballungsräume visualisiert – die Schwerpunkte London, Singapur und São Paulo sind natürlich bewusst gewählt –, weiß dabei gestalterisch ebenso zu überzeugen wie der Einleger zum Anteil der Bevölkerung, die weltweit in



50 % der Bevölkerung lebt heute in Städten, 70 % werden es im Jahr 2050 sein: eine Zukunft, die mit Lösungen des integrierten Technologiekonzerns Siemens nachhaltig gestaltet werden kann



SIEMENS

Städten lebt und die praktische Broschüre „Siemens auf einen Blick“ zum Herausnehmen. Das ist schon an dieser Stelle State of the Art.

Dabei gelangt der Leser an den brillanten Inhalt ja erst jetzt, wenn er den Unternehmensbericht aufschlägt, dem als Cover eine leitmotivische Ansicht Londons, die Underground Bank Station, vorgeht. Und mit London und der Rolle von Siemens in der Acht-Millionen-Finanz- und Wirtschaftsmetropole beginnt auch der Bericht. „London lebenswerter gestalten“ lautet das Motto der Zusammenschau von Weltstadt und Weltkonzern, die als Reportage präsentiert wird, ebenso wie die noch folgenden Städteporträts. Es ist eine großartige Idee, einen Repräsentanten der Stadt mit dem Siemens-City-Account-Manager vor Ort ins Gespräch kommen zu lassen. Die Botschaft ist unmissverständlich: Hier arbeiten Partner auf Augenhöhe gemeinsam an der aktiven Gestaltung einer nachhaltigen Stadt.

Aufgelockert durch stimmige Bildstrecken und starke, ganzseitige Motive, die relevante Kennzahlen in den Vordergrund rücken, wird Information zum entspannenden und zugleich fesselnden Lesevergnügen. Oder wussten Sie, dass Siemens mit London Array den größten Offshore-Windpark der

Die Reportage nimmt den Leser mit nach Singapur, einer pulsierenden Weltmetropole, deren Infrastruktur maßgeblich von Siemens mitgestaltet wird: zukunftsweisende Technologien für eine nachhaltige Stadt



Welt mit einer Leistung von 630 Megawatt realisieren wird? Das alles und noch viel mehr erfährt der Leser: Auf den Seiten 15 bis 18 beispielsweise zeigen Text und aussagekräftige Grafik auf, welche weiteren Projekte Siemens in London derzeit in die Tat umsetzt. Dem geht eine Vorstellung von „The Crystal“ voran, dem faszinierenden, architektonisch futuristischen Nachhaltigkeitszentrum, das Siemens in den Londoner Docklands jüngst eröffnet hat. Mit diesem urbanen Laboratorium setzt der Konzern Maßstäbe in puncto Gestaltung der städtischen Zukunft.

Um zukunftsweisende Technologien für eine nachhaltige Stadt geht es ebenso bei der Reportage über Singapur, pulsierende Metropole und zweitwichtigster Hafen der Welt. Auch hier demonstriert Siemens anhand der Ausstellung „City of the Future“ seine neuesten Technologien für Städte. Für Singapur, das unter chronischem Wassermangel leidet, ist dabei die innovative Entsalzungsmethode des Münchner Konzerns von besonderer Bedeutung, wie Seite 34 zeigt. Diese genuinen Kompetenzen unterstreichen das Selbstverständnis von Siemens als Pionier und verweisen auf die auf den Seiten 46 ff. ausformulierte Strategie, den Fokus auf innovationsgetriebene Wachstumsmärkte zu richten und somit von der wirtschaftlichen Expansion der BRIC-Staaten und anderer Schwellenländer zu profitieren.

Städte wachsen, so auch São Paulo, wo 500.000 Passagiere täglich mit der Metro fahren und wo Siemens, wie man der Karte entnehmen kann, für eine funktionierende, effiziente und nachhaltige Infrastruktur sorgt



Ein BRIC-Staat ist Brasilien mit der Megacity São Paulo, der die abschließende Reportage dieses Unternehmensberichts gewidmet ist. Mit Fußball-WM und Olympischen Spielen im Anmarsch, potenzieren sich hier zusätzlich zu logistischen Herausforderungen auch diejenigen an eine „grüne“, autarke Stadt, die Bevölkerungswachstum, Abwasserproblematik und Emissionen meistert. Dazu leistet Siemens seinen signifikanten Beitrag. So zeigt die Doppelseite 74/75, dass täglich 500.000 Menschen die Metro „Line 4-Yellow“ nutzen. Siemens hat hierzu die fahrerlose Antriebs- und Zugsteuerungstechnik geliefert und das Energiemanagement sowie die Kommunikations-, Umluft- und Sicherheitsinfrastruktur installiert.

Die Stärken des integrierten Technologiekonzerns wie Know-how, globale Präsenz, Finanzkraft und innovativer Impetus münden alle auch in den neuen Sektor Siemens Infrastructure & Cities. Er wird Gesicht und Wesen urbaner Ballungsräume auf lange Sicht nachhaltig prägen und maßgeblich gestalten. So für die Zukunft bestens aufgestellt, darf man sich auf weitere Geschäftsberichte dieser herausragenden, in jeder Hinsicht beispielhaften, Qualität freuen. Siemens ist eben mehr als nur die Summe seiner Teile.

FINANZKENNZAHLEN

Stand: 30.09.2011
Rechnungslegung nach IFRS

Börsensegment: DAX

Umsatz: 73.515 Mio. Euro

Ergebnis je Aktie: 7,82 Euro
(fortgeführte Aktivitäten)

Dividende je Aktie: 3,00 Euro

EBITDA angepasst: 10.596 Mio. Euro

Eigenkapital: 32.156 Mio. Euro

Mitarbeiter: 360.000
(weltweit; fortgeführte Aktivitäten)

Der nächste Geschäftsbericht
erscheint im November 2012

INFORMATION

Siemens AG
Corporate Reports
Dr. Johannes von Karczewski
Wittelsbacherplatz 2
80333 München
johannes.karczewski@siemens.com
www.siemens.com/geschaeftsbericht

Agentur
hw.d contemporary communication,
München
www.hwdesign.de



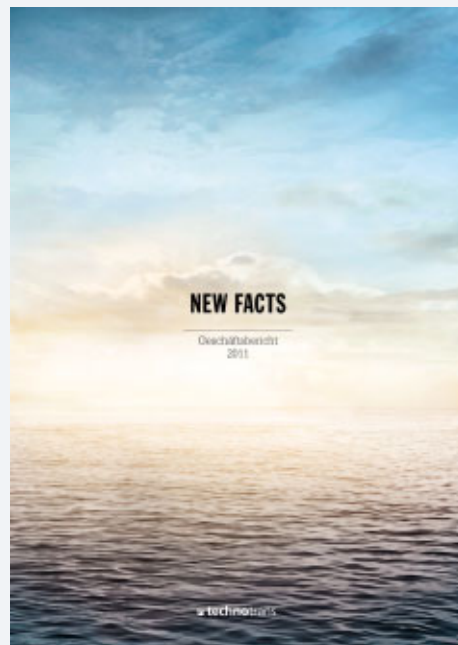
Der Geschäftsbericht
im Internet

■ technotrans AG



Henry Brickenkamp,
Sprecher des Vorstandes

Der Mut, neue Wege zu gehen, ist für die Hightech-Branche essenziell. Hier, wo alles schnell und dynamisch ist, muss der Kopf besonders rund sein, damit das Denken seine Richtung ändern kann. Ein Unternehmen ohne Angst vor Neuem ist die technotrans AG, die den 86-seitigen Magazinteil ihres aktuellen Geschäftsberichts programmatisch mit „New Ways“ überschrieben hat. Und genau diese neuen Wege sind, dreifarbig-glänzend, auf dem Cover zu sehen. Sie ragen stilisiert in das Titelblatt hinein, dessen Anmutung aus Meer und Horizont den Aufbruch zu neuen Ufern suggeriert. So wird die Aussage dieser Publikation von Beginn an deutlich und richtet sich sofort an den Leser: Entdecken Sie Flüssigkeiten-Technologie von heute und morgen – mit technotrans. Und spätestens eine Doppelseite weiter ist man gewillt, dies zu tun, denn das Motiv „Globale Lokalpatrioten“ punktet mit Originalität und Klasse: Neugierig wird der Leser auf den Standort Sassenberg, an dem technotrans mit deutscher Kompetenz die Zukunft gestaltet. Die Idee, diese vitale Bodenständigkeit mittels zweier Kühe auf der Weide zu visualisieren, ist genial. Genauso wie die Funktion des Motivs, neugierig zu machen auf die Seiten 22ff. Denn an dieser Stelle wird detailliert ausgelotet, wie die Flüssigkeiten-Technologie Made in Sassenberg von der Wiese in die Welt kommt und warum das Unternehmen damit so erfolgreich ist. Die folgenden vier Doppelseiten verfahren nach dem gleichen Prinzip: Aufmerksamkeitsstarke Mo-



tive verweisen auf die entsprechenden Kapitel im weiteren Verlauf der Publikation und akzentuieren dabei Kernkompetenzen des Unternehmens: „Internationale Experten“, weil präzise Flüssigkeiten-Technologie für industrielle Anwendungen eine weltweite Stärke von technotrans ist oder „Ständige Begleiter“, weil die Münsterländer für gelebte Kundennähe stehen. Visuell wirkmächtig kommt die im Candida Höfer-Stil gehaltene Doppelseite mit dem Titel „Punktgenaue Publizisten“ daher. Der kühl-elegante Anblick einer großen, bis ins Detail perfekt geordneten Bibliothek, in der alles sofort auffindbar an seinem Platz ist, verweist darauf, dass technotrans mit der GDS AG

Mit einem sympathischen Gespür für Humor empfängt der Bericht seine Leser und stellt eines klar: Die innovative Flüssigkeiten-Technologie kommt aus dem münsterländischen Sassenberg, wo auch schon einmal eine Kuh neben dem Büro der globalen Lokalpatrioten gesichtet wurde





effiziente Dienstleistungen und Software für die technische Dokumentation bietet. Die nächste Doppelseite steht der Aussagekraft ihrer Vorgängerin in nichts nach. Mit kühnem Schwung tritt dem Betrachter das magentafarbene Szenario einer abendlichen Metropole vor Augen. Skyline und Verkehrswege verweisen in ihrem Modellcharakter dabei definitiv auf die Urbanität von morgen. Ein perfekt gewähltes Motiv, denn schließlich sind die 637 Mitarbeiter, denen am Ende des Magazins explizit und unübersehbar gedankt wird, „Wissensorientierte Visionäre“ in den Märkten der Zukunft. Ihr Know-how stellt eine sehr gelungen konzipierte Seite nochmals in einen größeren Zusammenhang und macht dem Leser die Zukunftsmärkte, in denen technotrans agiert, deutlich – als jahrzehntelanger Partner der deutschen Druckmaschinenhersteller, als Global Player im Verpackungs- und Lasersystemmarkt oder als innovativer Nischenanbieter – Stichwort toolsmart – im Segment der Werkzeugtechnologie.

Eine weitere Doppelseite steht unter dem Motto „Nette Netzwerker“, versinnbildlicht durch das sympathische Motiv eines beleuchteten, höchst gemütlichen Wohnwagens, vor dem zwei Stühle nebst Weihnachtsbaum zum gemeinsamen Gespräch auf Augenhöhe einladen. Abgerundet wird dieser

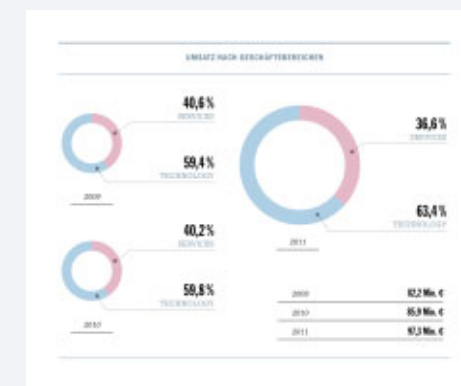
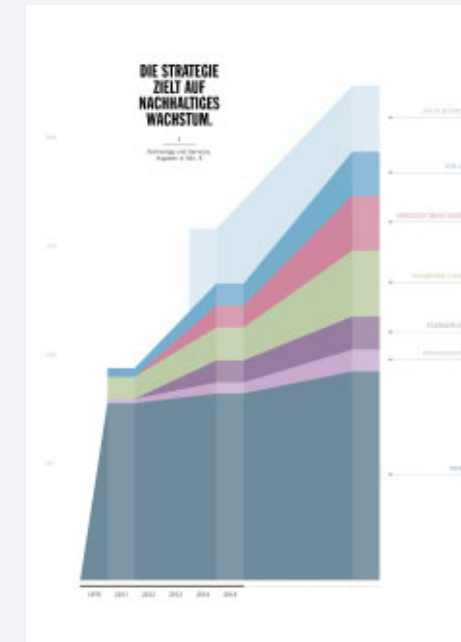
Stets im Mittelpunkt, denn ohne sie läuft gar nichts: Die Mitarbeiter sind das Kapital des Unternehmens und deswegen zeigt der Bericht sie so, wie sie sind, bei der Arbeit und am Schluss heißt es: „637 Mal Danke“ – wenn das kein würdiger letzter Satz ist



großartig gelungene Teil des Magazins durch die „Nachhaltigen Mitdenker“, die das Thema soziale und ökologische Verantwortung anhand einer Gruppe lachender, laufender Kinder darstellen. Das ist höchstes Niveau, ein Niveau, das der technotrans-Trias aus Innovation, kreativer Ingenieurskunst und Qualität Made in Germany entspricht. Auch der weitere Verlauf der inhaltlich unglaublich verdichteten und anspruchsvollen Publikation verkörpert Exzellenz, wobei die ausdrückliche Wertschätzung der Mitarbeiter positiv auffällt. Ein schönes Beispiel sind hier die Seiten 36 und 37, die glaubwürdig und authentisch, mit sich und ihrer Arbeit zufriedene Männer und Frauen von technotrans zeigen.

Doch dieses Magazin hat seinen Spannungsbogen noch lange nicht ausgereizt. Es vermittelt dem Leser mit der Philosophie Think-Learn-Act nämlich den genetischen Code des Unternehmens. Und wieder sind es die Mitarbeiter, die das Wesentliche formulieren. So wie Christian Walczyk auf Seite 38: Think – Wir sind Vordenker, die nachdenken. Über uns, unsere Partner und die Welt oder wie Dirk Bövingloh auf Seite 66: Act – Manchmal muss man etwas einfach machen. Weil hin und wieder auch der Weg das Ziel ist. technotrans zeigt sich als Unternehmen mit Profil und Format, dem

Die beeindruckende dreidimensionale Grafik verkörpert das, wovon sie spricht: „Wachstum“ und untermauert wird diese Aussage von der Grafik zum Umsatz nach Geschäftsbereichen – da braucht es kaum noch Worte, um das Vertrauen der Aktionäre zu erhalten



engagierte und fähige Mitarbeiter Kontur verleihen – und das stetig über den Tellerrand und nach vorne schaut. Das sechsseitige Interview mit Deutschlands renommiertestem Zukunftsforscher Matthias Horx ist dafür nur ein Beleg. Ein weiterer ist, unter dem Motto „Partner für morgen finden“, die erfolgreiche Fusion zwischen technotrans und Termotek. Der Marktführer im Bereich Kühlungen für Diodenlaser passt mit seiner Kompetenz im Wachstumsmarkt Laser perfekt in die Strategie der technotrans AG, die sich auf der Basis ihres Know-hows kontinuierlich die Märkte der Zukunft erschließt. Mit diesem Statement eröffnet übrigens der 140 Seiten starke, zweite Teil des Geschäftsberichts, der sich in transparenter und lesefreundlicher Manier dem justiziablen Part der Finanzberichterstattung widmet. Eine grandiose Publikation, nach deren Lektüre man gerne nach Sassenberg auf die Wiese zöge, um mit technotrans neue Wege zu gehen.

FINANZKENNZAHLEN

Stand: 31.12.2011
Rechnungslegung nach IFRS

Börsensegment: Prime Standard

WKN: AOXYGA

Umsatz: 97 Mio. Euro

Ergebnis je Aktie: 0,47 Euro

EBIT: 4,8 Mio. Euro

Eigenkapital: 37,3 Mio. Euro

Mitarbeiter: 660 (weltweit)

Der nächste Geschäftsbericht erscheint im März 2013

INFORMATION

technotrans AG
Robert-Linnemann-Straße 17
48336 Sassenberg
Thessa Roderig
Fon: 02583 301-1887
info@technotrans.de
www.technotrans.de

Agentur
cyclos design GmbH, Münster
www.cyclos-design.de



Der Geschäftsbericht
im Internet