

1000%

Drägerwerk AG & Co. KGaA

German Investment Conference
UniCredit

München, 28. September 2011

Die in dieser Präsentation enthaltenen Informationen stellen weder ein Angebot zum Kauf von Wertpapieren noch eine Aufforderung zur Abgabe eines Angebots zum Erwerb von Wertpapieren dar. Mit dieser Präsentation werden weder Geld, Wertpapiere noch andere Gegenleistungen angefordert.

Diese Präsentation enthält Aussagen über die zukünftige Entwicklung des Dräger-Konzerns. Diese zukunftsbezogenen Aussagen basieren auf den gegenwärtigen Erwartungen, Vermutungen und Prognosen des Vorstands sowie den ihm derzeit verfügbaren Informationen und sind nach bestem Wissen und Gewissen zusammengestellt worden. Hinsichtlich solcher zukunftsbezogenen Aussagen kann keine Garantie und keine Haftung für den Eintritt der genannten zukünftigen Entwicklungen und Ergebnisse übernommen werden. Die zukünftigen Entwicklungen und Ergebnisse sind vielmehr abhängig von einer Vielzahl von Faktoren, sie beinhalten Risiken und Unwägbarkeiten, die sich unserem Einfluss entziehen und beruhen auf Annahmen, die sich möglicherweise als nicht zutreffend erweisen. Unbeschadet rechtlicher Bestimmungen zur Korrektur von Prognosen übernehmen wir keine Verpflichtung, die in dieser Präsentation gemachten zukunftsbezogenen Aussagen zu aktualisieren.

Die Quartalsabschlüsse sowie vorläufige Zahlen sind ungeprüft.

Inhaltsverzeichnis

1. Überblick und Highlights

2. Finanzdaten

3. Anhang

Überblick und Highlights

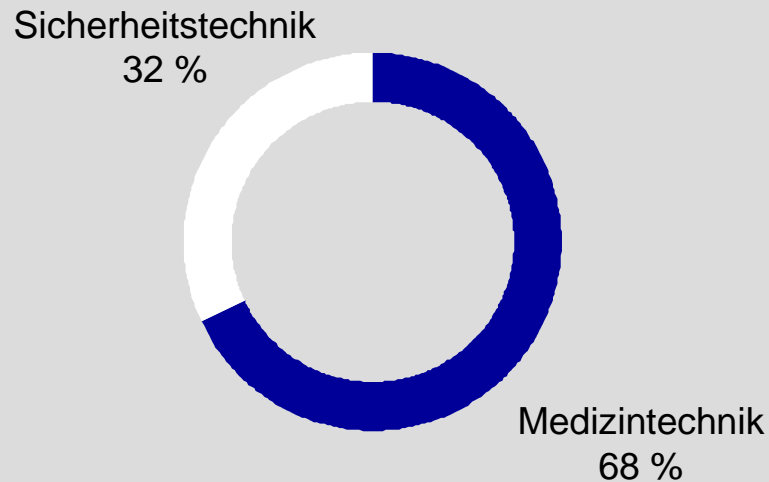


Unsere Produkte müssen zu jeder
Zeit absolut zuverlässig sein.
Menschen vertrauen uns ihr
wichtigstes Gut an – ihr Leben.

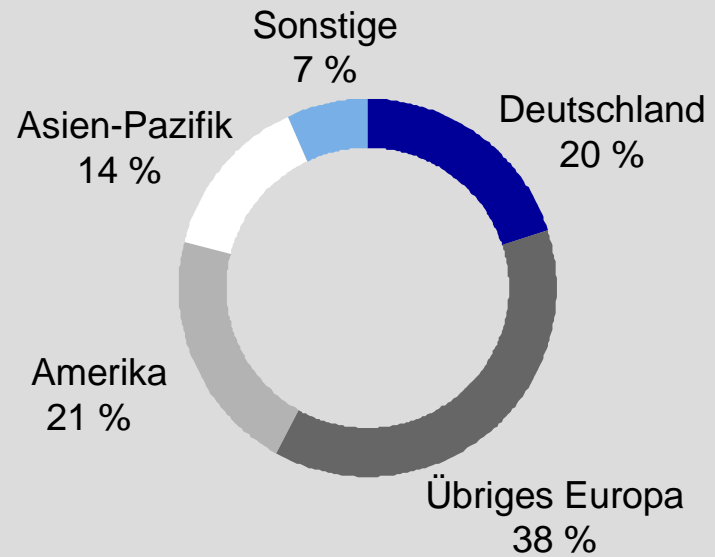
Dräger auf einem Blick im Geschäftsjahr 2010

| | | | |
|--------------------|----------------|---------------|-----------------------------|
| Umsatz | EUR 2.177 Mio. | EBITDA | EUR 247 Mio. (11,3 % Marge) |
| Mitarbeiter | 11.291 | EBIT | EUR 193 Mio. (8,9 % Marge) |

Umsatz per Unternehmensbereich ¹



Umsatz per Region

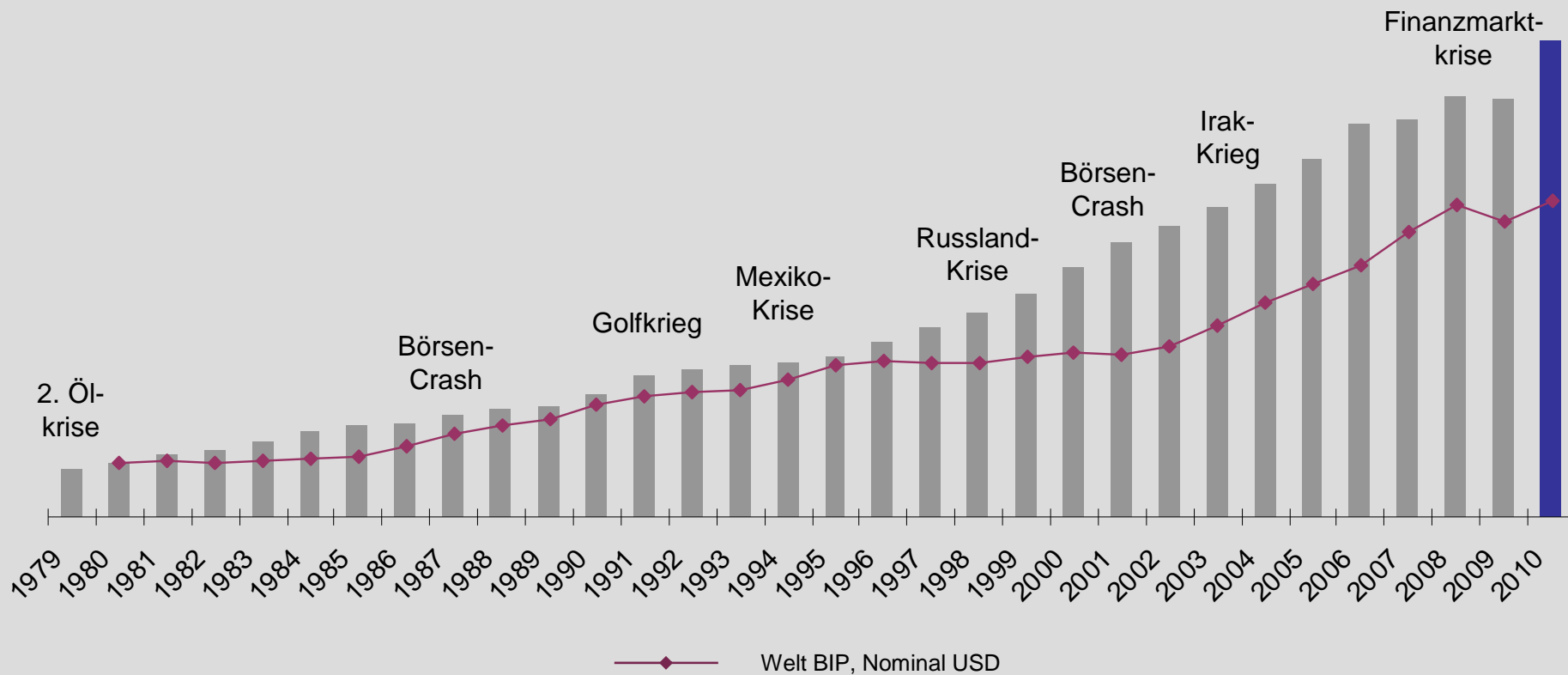


¹ Umsatz mit Dritten

Starkes Wachstum durch kontinuierliche Innovationen und Marktdurchdringung



Dräger-Umsatzentwicklung



Quelle: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, Oktober 2010.

Medizintechnik

Überblick Produkte und Serviceleistungen



Die diversifizierten Zielmärkte, in denen Dräger entweder eine marktführende Position hat oder eine solche mittelfristig anstrebt, haben attraktive Wachstums- und Ertragsperspektiven.

Medizintechnik

Anästhesie



- #1 in Europa
- #2 im US-Markt für Anästhesiegeräte und Vapore

Beatmung



- #1 in Europa
- #3 im US-Markt für Beatmungsgeräte

Neonatalpflege & Thermoregulierung



- #2 weltweit
- #1 in Europa für Inkubatoren und Fototherapie

Monitoring, Systeme & IT



- #3 weltweit im Monitoring
- Infinity Acute Care System
- IT Netzwerk-Lösungen
- Telemetrie und IT-Lösungen

Infrastruktur-Projekte



- Integrierte Arbeitsplatzlösungen
- Projektgeschäft
- Gasmanagement, Anlagen und Systeme
- OP-Leuchten

Lifecycle-Lösungen



- Weiterbildung und Service
- Zubehör und Verbrauchsmaterial
- Multivendor Service

Notiz: Marktposition basiert auf Drägers Marktkenntnis und eigenen Einschätzungen der Marktposition; Ranking nach Umsatz; Marktposition bei Monitoren abhängig von Marktdefinition.

Sicherheitstechnik

Überblick Produkte und Serviceleistungen

Die marktführenden Technologielösungen zum Schutz und zur Rettung von Leben, Anlagen und Umwelt bieten Dräger große Wachstums- und Margenpotenziale in attraktiven Nischenmärkten.

Sicherheitstechnik

Gasmesssysteme



- #1 weltweit und in Europa
- #3 im US-Markt

Arbeitsschutzausrüstung



- Unabhängiger und filtrierender Atemschutz in industriellen Umgebungen

Alkoholmesstechnik



- #1 weltweit

Schutzausrüstung



- Schutzausrüstung für gefährliche Arbeitsumgebungen

Feuerwehr-Atemschutzgeräte



- #2 weltweit im Bereich integrierter Atemschutz für Feuerwehren

Engineered Solutions



- Projektgeschäft
- Kundenspezifische Systemlösungen
- Sicherheitsmanagement bei ausgewählten Kunden

Notiz: Marktposition basiert auf Drägers Marktkenntnis und eigenen Einschätzungen der Marktposition; Ranking nach Umsatz.



- 1 Medizin- und Sicherheitstechnik bieten langfristige Wachstumsperspektiven in Industrie- und Schwellenländern
- 2 Führende Marktpositionen in attraktiven Teil- und Nischenmärkten
- 3 Technologie- und Innovationsführerschaft
- 4 Starker Markenname und langfristige Kundenbeziehungen
- 5 Nachhaltiges und stabiles Geschäftsmodell
- 6 Erfolgreiche Implementierung des ›Turnaround-Programms‹







Medizin- und Sicherheitstechnik bieten langfristige Wachstumsperspektiven in Industrie- und Schwellenländern

| | Medizintechnik | Sicherheitstechnik |
|--|---|--|
| Attraktive Wachstumsperspektiven in globalen Märkten ... | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Durchschnittliches erwartetes jährliches Wachstum des weltweiten Marktes für Medizintechnik in Höhe von durchschnittlich 7,3 %¹ bis 2014, deutlich über dem Wachstum in vielen anderen Märkten ▪ Sehr gute Wachstumsaussichten in Industrie- und Schwellenländern ▪ Relevantes Marktvolumen von EUR 7 Milliarden² | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stark diversifizierte Märkte mit einer Vielzahl an Produkt- und Dienstleistungsangeboten ▪ Attraktive Wachstumsperspektiven aufgrund eines positiven Ausblicks für wichtige Abnehmergruppen (z. B. Gas-, Öl- und chemischen Industrie) und steigende Investitionen in Arbeitsplatz- und Anlagenschutz ▪ Relevantes Marktvolumen von EUR 5 Milliarden² davon ~50 %² für Personenschutz, 38 %² Gasmesssysteme und 12 %² für kundenspezifische Systemlösungen |
| ... sowohl in Europa und den USA ... | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Schnell alternde Bevölkerung führt zu steigenden Ausgaben im Gesundheitssektor ▪ Steigende Nachfrage nach Medizintechnik zur Verbesserung klinischer Arbeitsvorgänge und Effizienz ▪ Alte Ausstattungen mit beschränkter Funktionalität erfordern signifikante Erneuerungsinvestitionen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zunehmend strengere Sicherheitsvorschriften ▪ Wachsendes Umweltbewusstsein ▪ Verbesselter Ausblick für wesentliche Abnehmergruppen von Dräger-Produkten |
| ... als auch in Schwellenländern | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Starkes Wachstum des BIP und der Bevölkerung führen zu erhöhter Nachfrage für verbesserte medizinische Dienstleistungen ▪ Politische Vorteile durch Investitionen in den Gesundheitsbereich | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zunehmend höhere Sicherheitsvorschriften ▪ Steigendes Hygiene- und Sicherheitsbewusstsein ▪ Starkes Wachstum wesentlicher Abnehmergruppen von Dräger-Produkten |

¹ Espicom Business Intelligence, The World Medical Markets Fact Book, Juni 2009.

² Dräger-Schätzungen.

Führende Marktpositionen in attraktiven Teil- and Nischenmärkten

| | | | |
|--------------------------------------|--------------------------------|---|---|
| Ausgewählte marktführende Positionen | Anästhesie |  | <ul style="list-style-type: none"> ▪ #1 in Europa ▪ #2 im US-Markt |
| | Beatmung |  | <ul style="list-style-type: none"> ▪ #1 in Europa ▪ #3 im US-Markt |
| | Neonatalpflege |  | <ul style="list-style-type: none"> ▪ #2 weltweit ▪ #1 in Europa |
| | Gasmess-Systeme |  | <ul style="list-style-type: none"> ▪ #1 weltweit und in Europa ▪ #3 im US-Markt |
| | Alkoholmess-geräte |  | <ul style="list-style-type: none"> ▪ #1 weltweit |
| | Umluftun-abhängiger Atemschutz |  | <ul style="list-style-type: none"> ▪ #2 weltweit bei integriertem Atemschutz für Feuerwehren |

Kombination von Einzelprodukten zu kundenspezifischen Systemlösungen und integrierten Lifecycle-Management-Lösungen, einschließlich Dienstleistungen, Zubehör, Verbrauchsmaterialien sowie Weiterbildungsangeboten der Dräger Academy.

Notiz: Marktposition basiert auf Drägers Marktkenntnis und eigenen Einschätzungen der Marktposition; Ranking nach Umsatz.

Starker FuE-Fokus

- Rund 1.000 Mitarbeiter weltweit in Forschung und Entwicklung
- EUR 148 Millionen FuE-Aufwendungen in 2010 (6,8 % des Umsatzes)
- Traditionelle Innovations- und Qualitätsführerschaft
- Enge Zusammenarbeit mit Kunden bei der Entwicklung neuer und verbesserter Produkte
- FuE-Fokus auf die Integration von verschiedenen Produkten und Dienstleistungen, z. B. Infinity M300
- Starker Fokus auf Optimierung der FuE-Aktivitäten im Rahmen des Turnaround-Programms
- FuE zielt darauf ab, Vorteile durch die Nutzung der selben Technologien in verschiedenen Marktsegmenten und bei unterschiedlichen Produkten zu nutzen (z. B. bei Gassensoren)
- Drägers technologische Kompetenz und hohe Qualitätsstandards sind die Basis der führenden Marktpositionen und hohen Markteintrittsbarrieren

Innovationen für zukünftiges Wachstum (Beispiele)



Babylog VN500

Konventionelle und nicht-invasive Beatmung für Frühgeborene



X-zone 5000

Mobiles Messsystem, das Alarm-signale mit ungefähr 100 dB abgibt, sobald gefährliches Gas entdeckt wird



EIT

Erlaubt buchstäblich einen Blick in beatmete Lungen; basiert auf elektrischer Impedanz-Tomographie (EIT)

Gut etablierter Markenname ›Dräger‹

- Marktpräsenz seit mehr als 120 Jahren in vielen Zielmärkten
- Weltweit hohe Bekanntheit der Marke durch hohe Innovationskraft und Internationalität
- Bekannt für Produktqualität und Zuverlässigkeit, z. B. für Anästhesie und Beatmung in der Medizintechnik sowie Gasmesssysteme in der Sicherheitstechnik
- In den USA ist ›Draegerman‹ die Bezeichnung für Grubenretter und ›Dräger-Tubes®‹ ein Synonym für Gasmessröhrchen

Tiefgehendes Kundenverständnis

- Starker Fokus auf engen und direkten Kundenkontakt
- Oft jahrzehntelange Kundenbeziehungen
- Globales Marketing-, Vertriebs- und Servicenetzwerk mit mehr als 5.500 Mitarbeitern sichert Kundennähe
- Erlaubt spezifische Produkt- und Serviceangebote für einzelne Märkte anzubieten (z. B. spezifische Lösungen für Schwellenländer)
- Große Anzahl installierter Geräte ermöglicht umfassendes Feedback aus dem Markt

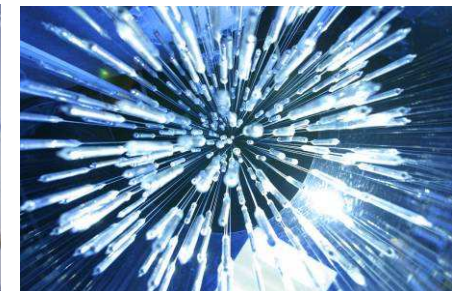
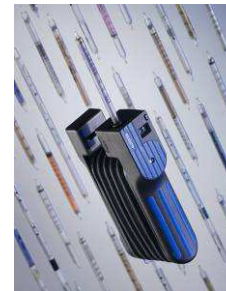
›Draegerman‹

Synonym für Grubenretter in Nordamerika



›Dräger-Tubes®‹

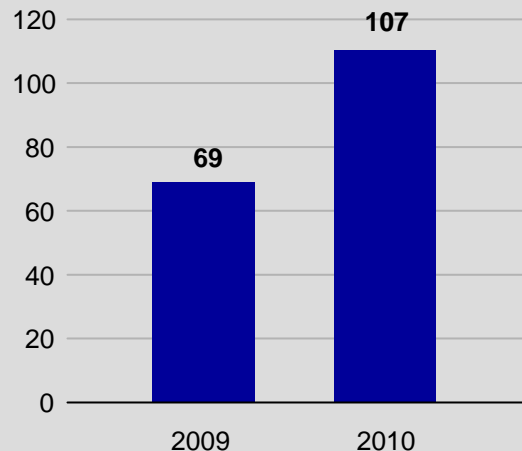
Synonym für Gasmessröhrchen in den USA





Mit dem Turnaround-Programm (initiiert in Q2 2009) hat Dräger ein ambitioniertes Einsparungs- und Effizienzprogramm implementiert, das sich sehr positiv ausgewirkt hat.

Einsparungseffekte (EUR Mio.)¹



- 2009: EUR 69 Millionen Einsparungen und Effizienzsteigerungen vor EUR 19 Millionen Implementierungskosten realisiert
- 2010: EUR 107 Millionen Einsparungen und Effizienzsteigerungen vor EUR 3 Millionen Implementierungskosten realisiert

Wesentliche Maßnahmen

Senkung der Materialkosten

- Neuverhandlung von Lieferantenverträgen
- Reduktion der Anzahl der Lieferanten
- Signifikante Reduktion von Reise- und Telekommunikationskosten

Reduktion der Personalkosten

- Erhöhte Effizienz bei administrativen Funktionen
- Schließung des Standorts in den Niederlanden (abgeschlossen in Q2 2010)
- Anpassung der Kapazitäten an die Marktentwicklung (US)

Effizienz-erhöhung

- Implementierung von Produktionseffizienzprogrammen
- Verbesserte FuE-Prozesse und Projektmanagement
- Reorganisation der weltweiten Vertriebs- und Servicestruktur
- Konsolidierung der US-Einrichtungen

Verbessertes Liquiditätsmanagement

- Bereits 2009 positive Auswirkungen auf den Cashflow durch reduziertes Net Working Capital
- Neue Anwendungen und Prozesse für das Working Capital Management

400 individuelle Maßnahmen identifiziert und zugehöriges Team aufgestellt.

¹ Einsparungseffekte p.a. vor Implementierungskosten (gegenüber der Umsatz- und Kostenstruktur und den Währungsrelationen des Geschäftsjahres 2008).

Strategie für nachhaltiges, profitables Wachstum in hochattraktiven Märkten



Als kapitalmarktorientiertes Familienunternehmen mit klar definierter Strategie strebt Dräger mittelfristig eine EBIT-Marge auf Konzernebene von 10 % an.

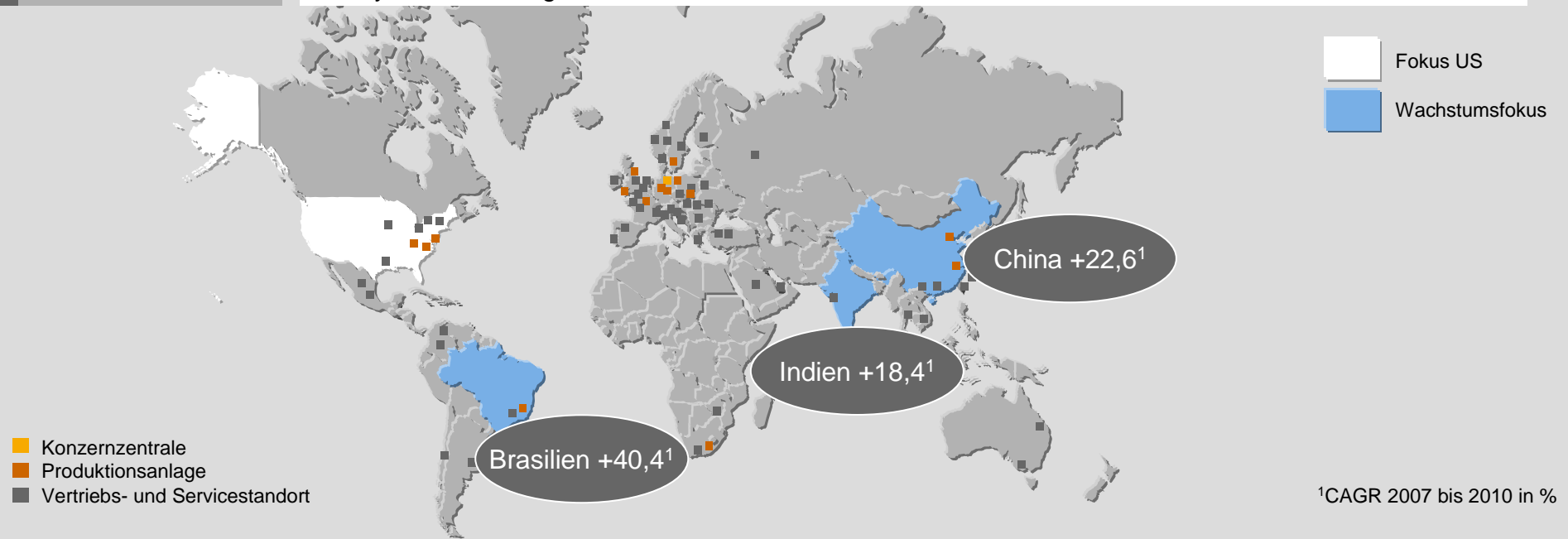


Wachstum Marge

| | | | |
|--|---|----------------------|---|
| 1 | Ausbau führender Marktpositionen in attraktiven Märkten | ✓ | |
| 2 | Profitable Expansion in Entwicklungs- und Schwellenländern | ✓ | |
| 3 | Verbesserungen bei Forschungs- und Entwicklungsprozessen | ✓ | ✓ |
| 4 | Verstärkte Ausweitung des Service- und Zubehörgeschäfts | ✓ | ✓ |
| 5 | Verbesserung der Ertragskraft durch das Turnaround-Programm | | ✓ |
| 6 | Realisierung von Synergien unter Berücksichtigung unterschiedlicher Kundengruppen und Produktmärkte | ✓ | ✓ |
| Kontinuität als kapitalmarktorientiertes Familienunternehmen | | Langfristiger Erfolg | |

Klar definierte Strategie zur Realisierung der Wachstumspotentiale und der Ertragskraft (1)

| | | |
|---|---|---|
| 1 | Ausbau führender Marktpositionen in attraktiven Märkten | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Weiter Fokussierung auf Zielmärkte mit überdurchschnittlichem Wachstumspotential (z. B. USA) ▪ Ausbau marktführender Positionen in wichtigen Zielmärkten ▪ Aufbauend auf den Wettbewerbsstärken von Dräger weiterer Ausbau von Marktanteilen |
| 2 | Profitable Expansion in Schwellenländern | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifizierung besonderer Wachstumspotenziale in den stark wachsenden Märkten China, Brasilien und Indien ▪ Ausnutzung der signifikanten Investitionen der Vergangenheit in China und Brasilien in den Ausbau des Vertriebs- und Service-Netzwerks sowie den Aufbau marktspezifischen Wissens ▪ Intensivierung der Zusammenarbeit mit Partnern in Indien zum Ausbau der lokalen Präsenz in FuE, Produktion, Vertrieb und After-Sales ▪ Verstärkter Fokus auf die spezifischen Bedürfnisse der Kunden in Schwellenländern; ›Walking the Pyramid‹-Strategie |



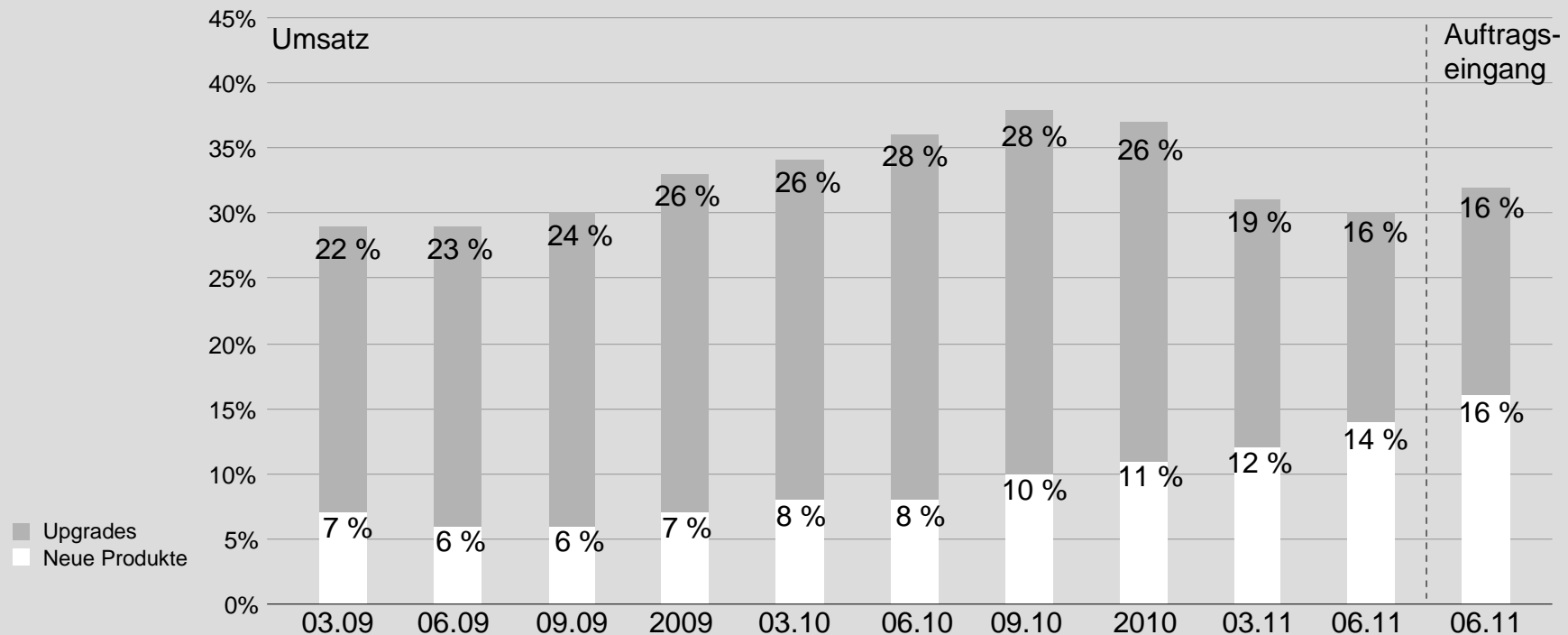
Klar definierte Strategie zur Realisierung der Wachstumspotentiale und der Ertragskraft (2)

3

Verbesserungen bei Forschungs- und Entwicklungsprozessen

- Fortgesetzte Entwicklung von neuen innovativen Produkten und Produkt-Upgrades
- Erhöhung des Anteils neuer Produkte am Umsatz
- Weiter hohe Investitionen in FuE

Anteil neuer Produkte und Upgrades Medizintechnik ¹

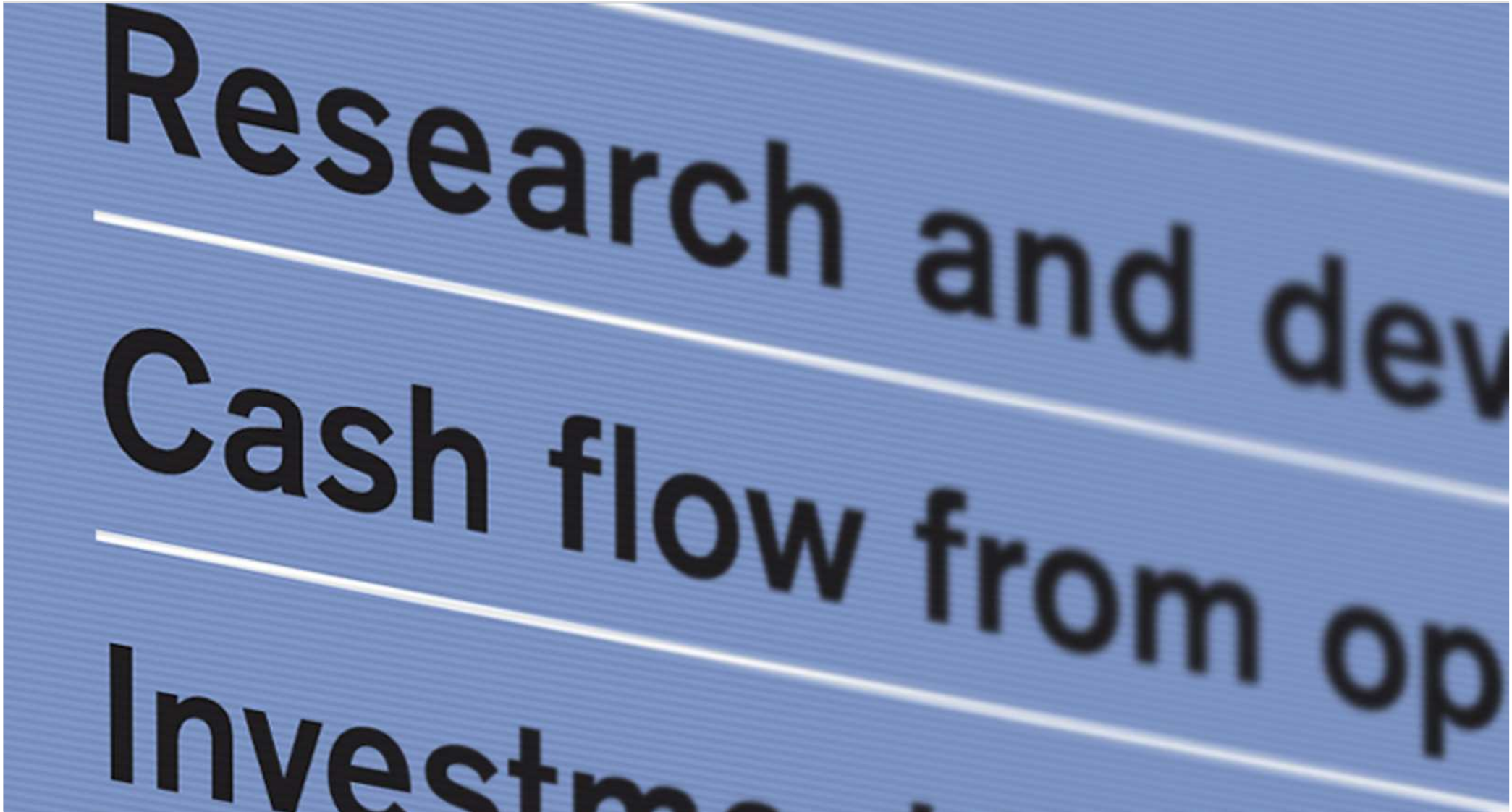


¹ Produkte die in den letzten drei Jahren eingeführt wurden, werden als neu betrachtet, wenn sie Dräger ermöglichen, in ein neues Marktsegment vorzustoßen, oder wenn der eigene Vertrieb und die Kunden ein Produkt als vollkommen neu einschätzen. Upgrades sind Produkte, die in bestehenden Märkten eingeführt werden, deren Funktionalität allerdings vom eigenen Vertrieb sowie den Kunden als signifikant verbessert wahrgenommen wird.

Klar definierte Strategie zur Realisierung der Wachstumspotenziale und der Ertragskraft (3)

| | | |
|--|---|---|
| 4 | Verstärkte Ausweitung des Service- und Zubehörgeschäfts | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausnutzung der hohen Anzahl an installierten Geräten, um das After Sales-Geschäft auszubauen ▪ Fortsetzung des Ausbaus des Service- und Ersatzteil-Geschäfts ▪ Fokussierung auf den kombinierten Verkauf von Geräten und After-Sales-Verträgen |
| 5 | Verbesserung der Ertragskraft durch das Turnaround-Programm | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Turnaround-Programm zur Realisierung von Kosteneinsparungen <ul style="list-style-type: none"> – Maßnahmen klar definiert und Implementierung abgeschlossen – Kosteneinsparungen und Effizienzsteigerungen in allen Funktionsbereichen ▪ EUR 100 Mio. nachhaltige Kosteneinsparungen bereits ab 2010 erzielt¹ |
| 6 | Realisierung von Synergien unter Berücksichtigung unterschiedlicher Kundengruppen und Produktmärkte | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Umsetzung ›One Dräger‹ und Vorteile aus Synergien nach der Siemens-Transaktion ▪ Effizienzgewinne in Verwaltung und Einkauf von rund EUR 10 Mio. ab 2011 ▪ Implementierung der funktionalen Management-Struktur auch für Vertrieb und Marketing <ul style="list-style-type: none"> – Berücksichtigung der unterschiedlichen Kundengruppen zur Verbesserung der Effektivität von Wachstumsinitiativen – Kosteneinsparungen und Effizienzgewinne zur Verbesserung der Profitabilität ▪ Vorteile aus der Möglichkeit, die Medizintechnik unabhängig von Siemens führen zu können |
| Kontinuität als kapitalmarktorientiertes Familienunternehmen | | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategie getrieben von langfristiger Perspektive und nachhaltigen Entscheidungen ▪ Positionierung von Dräger als langfristiger Partner für alle Stakeholder-Gruppen ▪ Kapitalmarktorientierung mit klarem Bekenntnis zu Corporate Governance, Transparenz und umfassender Investoren-Kommunikation |

¹ Gegenüber der Umsatz- und Kostenstruktur und den Währungsrelationen des Geschäftsjahres 2008.



Gewinn- und Verlustrechnung – Dräger-Konzern



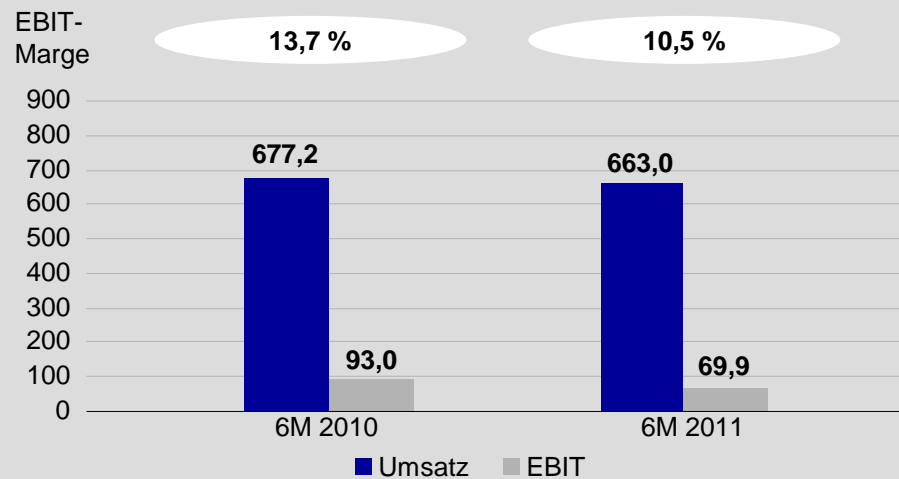
| (EUR Mio.) | 2008 | 2009 | 2010 | 6M 2010 | 6M 2011 |
|-------------------------------------|--------------|--------------|----------------|--------------|--------------|
| Umsatzerlöse | 1.924,5 | 1.911,1 | 2.177,3 | 1.016,8 | 1.033,3 |
| <i>% Wachstum</i> | +5,8 % | -0,7 % | +13,9 % | +13,7 % | +1,6 % |
| Umsatzkosten | -1.038,2 | -1.079,4 | -1.133,2 | -527,7 | -519,6 |
| Bruttoergebnis | 886,3 | 831,7 | 1.044,1 | 489,1 | 513,7 |
| FuE-Kosten | -142,0 | -149,4 | -148,4 | -68,1 | -76,5 |
| Vertriebs- und Verwaltungskosten | -623,8 | -596,6 | -689,1 | -319,2 | -339,8 |
| Sonstiges ¹ | -14,8 | -5,7 | -13,8 | 0,8 | -2,9 |
| EBIT | 105,8 | 80,1 | 192,8 | 102,6 | 94,5 |
| <i>% Marge</i> | 5,5 % | 4,2 % | 8,9 % | 10,1 % | 9,1 % |
| Jahresüberschuss | 49,4 | 32,5 | 104,8 | 55,9 | 53,7 |
| EBITDA | 166,3 | 146,0 | 246,6 | 128,8 | 120,8 |
| <i>% Marge</i> | 8,6 % | 7,6 % | 11,3 % | 12,7 % | 11,7 % |

¹ Inklusive des Finanzergebnisses, welches die Bewertung der Siemens-Barzahlungsoptionkomponente berücksichtigt, jedoch exklusive Nettozinsaufwendungen.

Starkes Ergebnis in den ersten sechs Monaten 2011



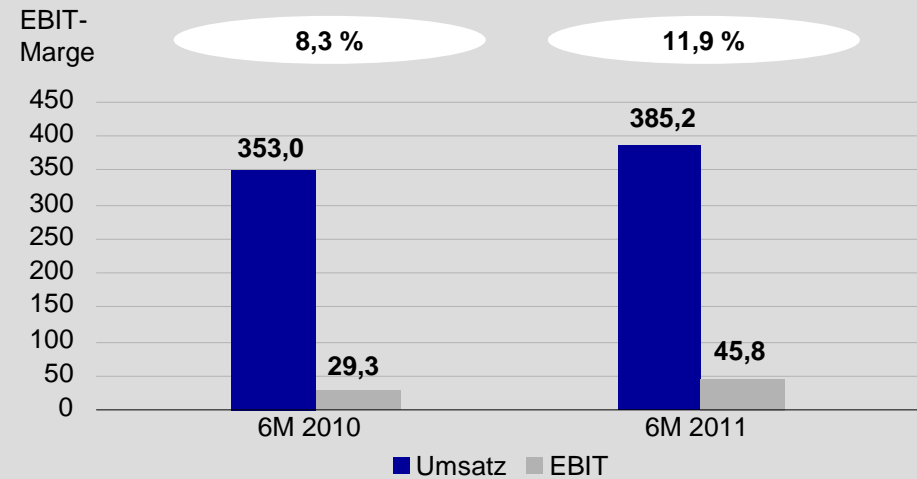
Unternehmensbereich Medizintechnik (EUR Mio.)



- Auftragseingang über Vorjahresvergleichswert
- Umsatz aufgrund eines großen Vorjahresauftrags aus Brasilien leicht unter Vorjahr
- EBIT trotz stabiler Bruttomarge im Rahmen eines vorteilhaften Produktmix aufgrund höherer Funktionskosten unter dem Vorjahresniveau

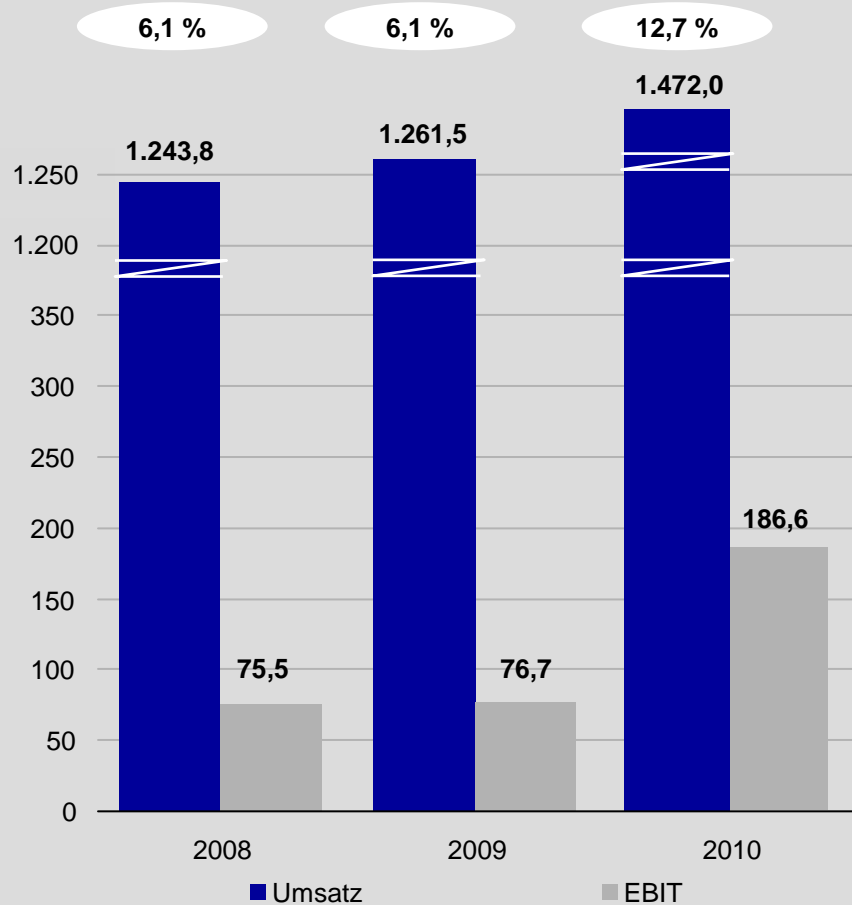
* Währungsbereinigt

Unternehmensbereich Sicherheitstechnik (EUR Mio.)



- Auftragseingang und Umsatz deutlich über Vorjahr
- Auftragsbestand insbesondere aufgrund eines kräftigen Wachstums in den Regionen Übriges Europa (+15,5 %*), Asien-Pazifik (+46,8 %*) und Sonstige (+21,4 %*) insgesamt 4,9 %* über Vorjahresvergleichszeitraum
- EBIT aufgrund Produktmixverschiebungen hin zu ertragsstärkeren Produkten deutlich über Vorjahr

Umsatz, EBIT und EBIT-Marge (EUR Mio.)



Anmerkungen

2010 vs. 2009

- Auftragsbestand unter anderem aufgrund mehrerer Vorjahresaufträge in Zusammenhang mit dem H1N1-Virus unter Vorjahr
- Umsatz insbesondere aufgrund des starken Wachstums in den Regionen Amerika und Asien-Pazifik über Vorjahr
- EBIT unter anderem aufgrund der Umsatzsteigerung, der positiven Währungseffekte, eines vorteilhaften Produktmix, der Impulse durch neue Produkte sowie der Ergebnisbeiträge aus dem Turnaround-Programm über Vorjahr

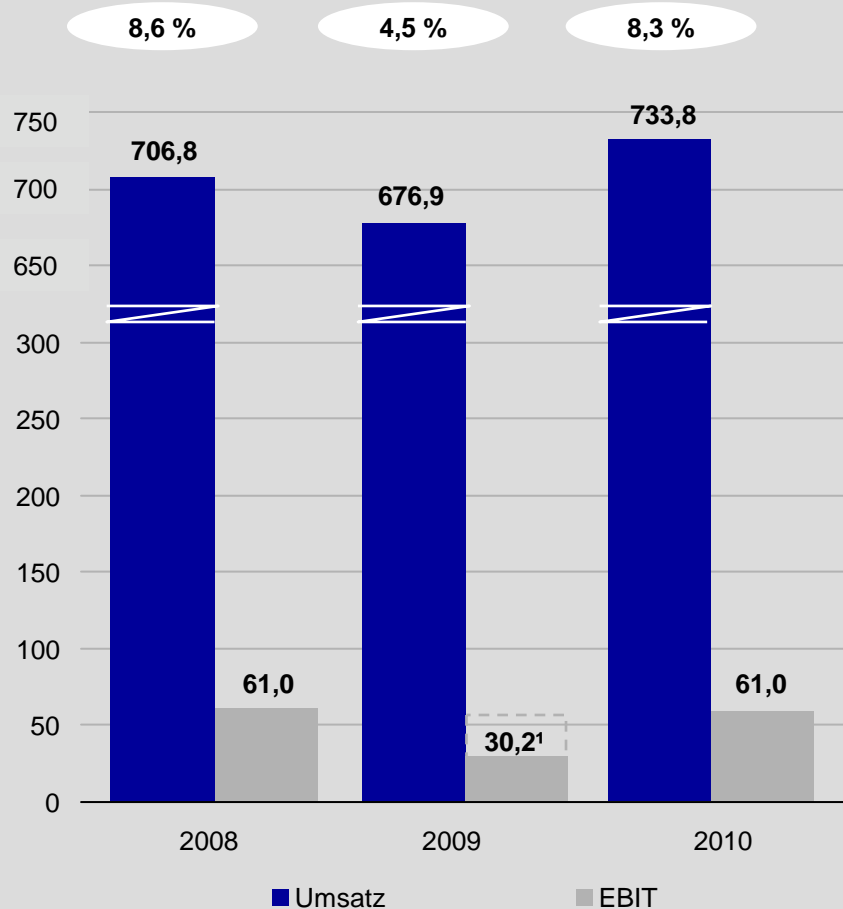
2009 vs. 2008

- Leichte Umsatzsteigerung in einem schwierigen Wirtschaftsumfeld aufgrund von positiven Entwicklungen in Infrastrukturprojekten und dem Lifecycle-Lösungen-Bereich
- Negative Wechselkurseffekte wurden durch höhere Einsparungen aus dem Turnaround-Programm als ursprünglich erwartet ausgeglichen und resultierten in einer unveränderten EBIT-Marge (6,1 %)

2008 vs. 2007

- 2,8 % Umsatzwachstum vor allem durch höhere Absatzmengen in Südafrika, Russland und Südosteuropa
- Reduzierung der EBIT-Marge auf 6,1 % hauptsächlich aufgrund von Produkteinführungen, Produktmix- und Wechselkurseffekten

Umsatz, EBIT und EBIT-Marge (EUR Mio.)



¹ Inklusive einmaliger Verluste aus den Tieftauchsyste-men in Höhe von EUR 30,0 Mio.

Anmerkungen

2010 vs. 2009

- Gute Umsatzentwicklung unter anderem aufgrund des starken Wachstums in den Regionen Amerika und Sonstige, insbesondere im vierten Quartal
- 2,7 Mio. EUR Ergebnisbelastung aus dem Geschäft mit Tieftauchsyste-men (2009: 30,0 Mio. EUR)
- EBIT unter anderem aufgrund eines vorteilhaften Produktmix, der positiven Währungseffekte und der guten Auslastung der Produktionsstätten über Vorjahr

2009 vs. 2008

- Positive Effekte aufgrund höherer Auftragseingänge aus dem öffentlichen Sektor, die den Auftragsrückgang der Individualkunden mehr als ausgleichen konnten
- Signifikante Abnahme der EBIT-Marge auf 4,5 % hauptsächlich aufgrund von Abschreibungen von Tieftauchsyste-men (EUR 30,0 Mio.)

2008 vs. 2007

- Starkes Umsatzwachstum durch eine günstigere Geschäftsentwicklung im übrigen Europa und in der Region Asien-Pazifik
- Rückgang der EBIT-Marge auf 8,6 % durch Wechselkurseffekte und Verschiebungen im Produktmix

Kapitalflussrechnung – Dräger-Konzern



| (EUR Mio.) | 2008 | 2009 | 2010 | 6M 2010 | 6M 2011 |
|---|-------|-------|-------|---------|---------|
| Jahresüberschuss des Konzerns | 49,4 | 32,5 | 104,9 | 55,9 | 53,7 |
| <i>Veränderung des Vorräte</i> | -25,9 | 33,1 | -42,6 | -48,9 | -14,7 |
| <i>Veränderung der Ford. aus LL</i> | 0,0 | 40,5 | 2,2 | 16,2 | 21,6 |
| <i>Veränderung der Verb. aus LL</i> | 21,0 | 2,6 | 43,7 | 6,6 | -35,1 |
| Veränderung Net Working Capital | -4,9 | 76,2 | 3,3 | -26,0 | -28,2 |
| Abschreibungen | 60,5 | 65,8 | 53,7 | 26,2 | 26,4 |
| Sonst. Posten der betriebl. Tätigkeit | -0,3 | 19,0 | 57,3 | -30,9 | -38,1 |
| Mittelzufluss aus betriebl. Tätigkeit | 104,7 | 193,5 | 219,1 | 25,1 | 13,8 |
| Netto-Investitionen | -73,8 | -41,0 | 54,3 | -19,0 | -29,2 |
| Sonst. Investitionstätigkeit | -2,4 | -1,4 | 2,0 | +1,6 | 0,0 |
| Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit | -76,2 | -42,4 | -52,2 | -17,4 | -29,2 |
| Freier Cash Flow | 28,5 | 151,0 | 166,9 | 7,7 | -15,4 |

| | 2010 | 2011 | Mittelfristig |
|-----------------|--|---|--|
| Auftragseingang | +8,5 % <i>(währungsbereinigt +4,1 %)</i> | Mindestens Weltwirtschafts- wachstum ¹ | |
| Umsatz | +13,9 % <i>(währungsbereinigt +9,5 %)</i> | 1-2 % unter Auftragseingangs- wachstum | Schnelleres Wachstum als der relevante Markt |
| EBIT-Marge | 8,9 % | EBIT-Marge zwischen 8,0 % und 9,5 % ² | Ziel-Marge mindestens 10 % |

¹IWF-Prognose (Juni 2011) +4,3 %

²Höhere Aufwendungen für geplante Investitionen in die Produktentwicklung, den Ausbau der Vertriebsorganisation und die Verbesserung der unternehmensweiten IT-Infrastruktur erwartet

| | |
|-------------------------------------|---|
| Unsere Märkte | <ul style="list-style-type: none">▪ Attraktive Märkte mit langfristigen Wachstumsperspektiven▪ Ansprache eines breiten Spektrums von Teil- und Nischenmärkten durch Dräger▪ Alle Marktsegmente haben Bezug zum Leben; Qualität und Zuverlässigkeit von größter Bedeutung▪ Hochregulierte Produktmärkte und hohe Markteintrittsbarrieren▪ Geschäft basiert auf langfristigen Kundenbeziehungen anstatt auf einmaligen Transaktionen |
| Unsere Stärken | <ul style="list-style-type: none">▪ Führende Marktpositionen in attraktiven Teil- und Nischenmärkten▪ Technologie- und Innovationsführerschaft▪ Starker Markenname und langfristige Kundenbeziehungen▪ Nachhaltiges und stabiles Geschäftsmodell▪ Erfolgreiche Implementierung des ›Turnaround-Programms‹ |
| Unsere Strategie | <ul style="list-style-type: none">▪ Zielwert: 10 % EBIT-Marge▪ Wachstum durch den Ausbau marktführender Positionen in geografischer Hinsicht, Expansion in Schwellenländern, neue Produkte, einen höheren Anteil des After-Sales- und Systemlösungs-Geschäfts, effizientes Management unterschiedlicher Kundengruppen zur Unterstützung der Wachstumsinitiativen▪ Margenverbesserung z. B. durch Verbesserung der Innovationsprozesse und Realisierung von Synergien zwischen den Unternehmensbereichen |
| Unternehmens- prinzipien | <ul style="list-style-type: none">▪ ›Technik für das Leben‹: Dräger-Produkte schützen, unterstützen und retten Leben▪ Kontinuität als kapitalmarktorientiertes Familienunternehmen |



Anhang

1. Vorstand

2. Aktionärsstruktur

3. Finanzkalender

4. Kontakt

Vorstand der Drägerwerk Verwaltungs AG



Stefan Dräger
CEO



Dr. Herbert Fehrecke
CTO



Gert-Hartwig Lescow
CFO



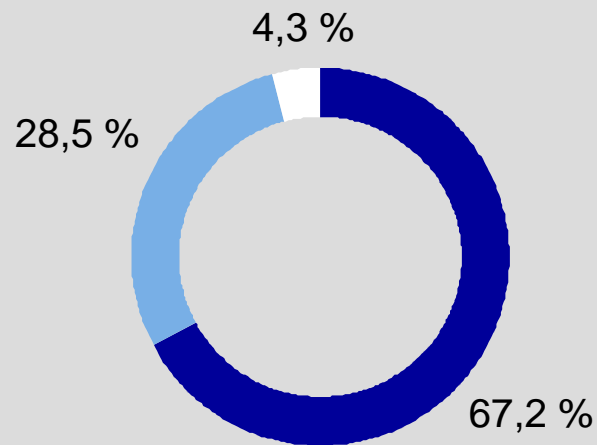
Toni Schrofner
COO



Dr. Carla Kriwet
CSMO

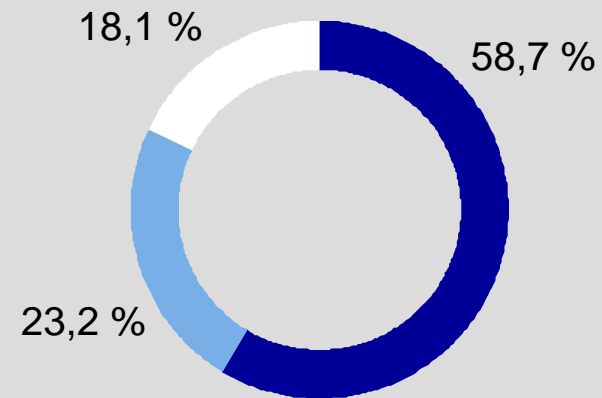
10.160.000 Stammaktien (28,5 % Streubesitz)
6.350.000 Vorzugsaktien (100,0 % Streubesitz)

Anteilsbesitz
Stammaktien



- Dr. Heinrich Dräger GmbH
- Streubesitz
- Mitglieder der Familie Dräger

Anteilsbesitz
Dr. Heinrich Dräger GmbH



- Stefan Dräger GmbH
- Dräger Stiftung
- Erben nach Dr. Heinrich Dräger

| | |
|-------------------|---|
| 14.01.2011 | - Vorläufige Zahlen 2010 |
| 16.03.2011 | - Bilanzpressekonferenz, Hamburg - Analystenkonferenz, Frankfurt am Main |
| 04.05.2011 | - Bericht zum ersten Quartal 2011 - Telefonkonferenz, Lübeck |
| 06.05.2011 | - Hauptversammlung, Lübeck |
| 04.08.2011 | - Bericht zum zweiten Quartal 2011 - Telefonkonferenz, Lübeck |
| 03.11.2011 | - Bericht zum dritten Quartal 2011 - Telefonkonferenz, Lübeck |

Melanie Kamann

Corporate Communications

Drägerwerk AG & Co. KGaA
Moislinger Allee 53–55
23558 Lübeck, Deutschland

Tel. +49 451 882-3998
Fax +49 451 882-3944
Mobil +49 170 8558152

melanie.kamann@draeger.com
www.draeger.com

Vanina Hoffmann

Investor Relations

Drägerwerk AG & Co. KGaA
Moislinger Allee 53–55
23558 Lübeck, Deutschland

Tel. +49 451 882-2685
Fax +49 451 882-3296
Mobil +49 160 93980273

vanina.hoffmann@draeger.com
www.draeger.com

100%