

1000%

Drägerwerk AG & Co. KGaA

Januar 2012

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

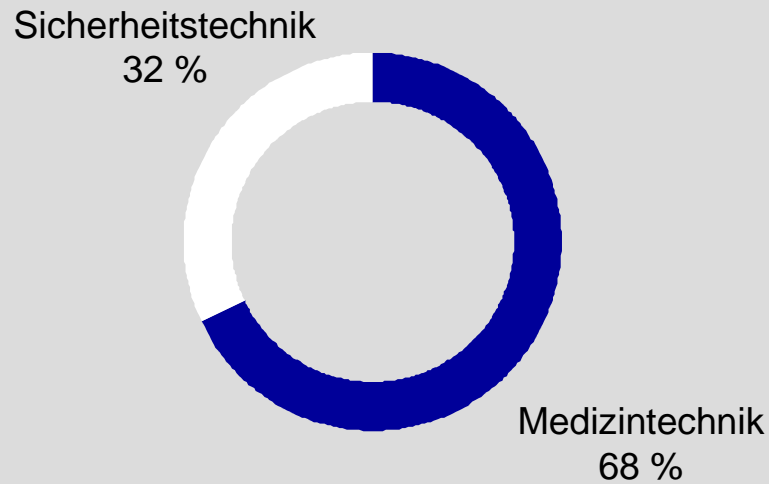


Unsere Produkte müssen zu jeder
Zeit absolut zuverlässig sein.
Menschen vertrauen uns ihr
wichtigstes Gut an – ihr Leben.

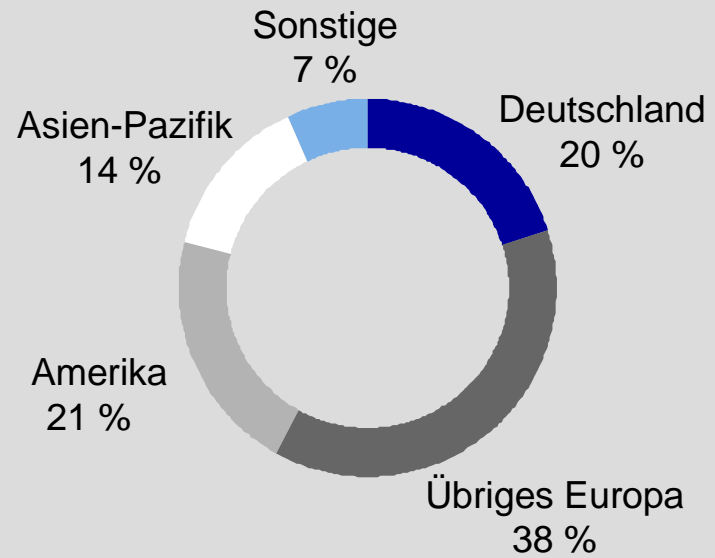
Dräger auf einen Blick im Geschäftsjahr 2010

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

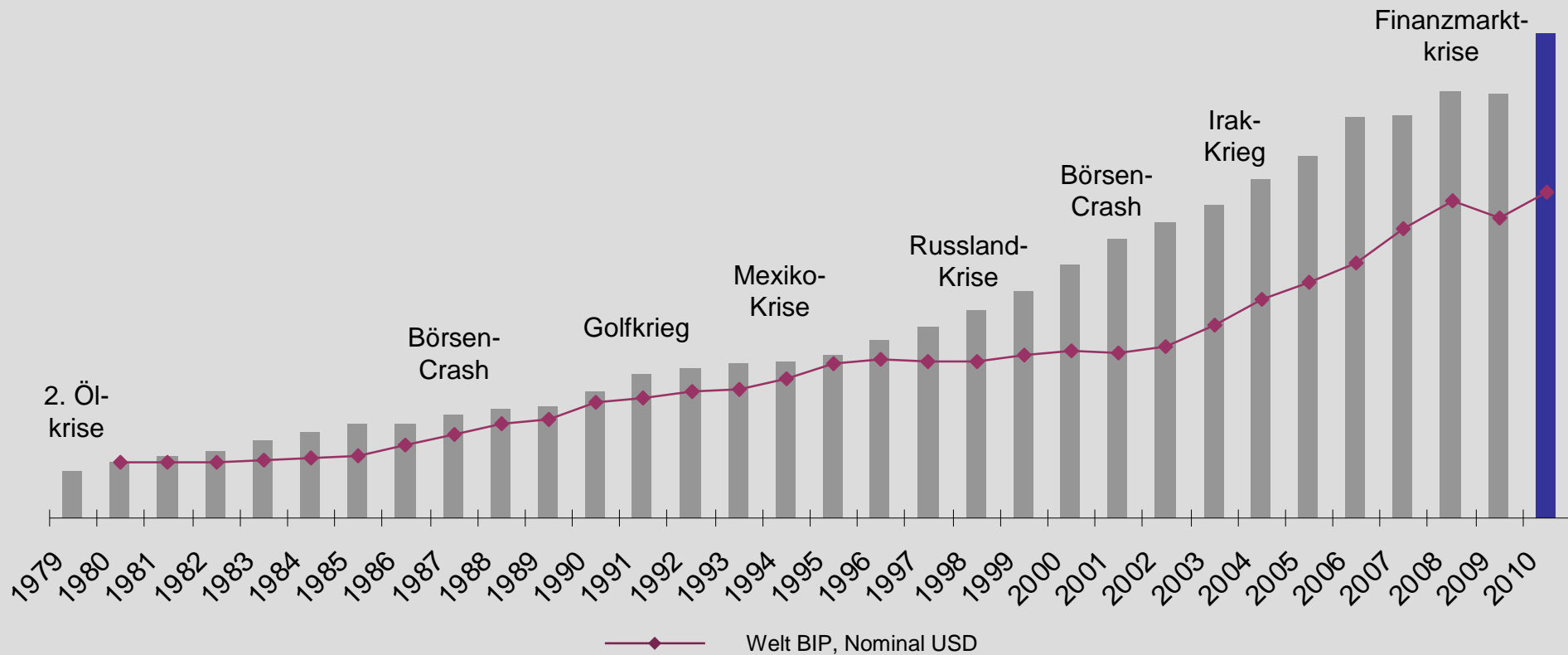


¹ Umsatz mit Dritten

Starkes Wachstum durch kontinuierliche Innovationen und Marktdurchdringung



Dräger-Umsatzentwicklung



Quelle: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, September 2011.

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 Neuorganisation von Marketing und Vertrieb

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 deutlich über dem Wachstum in vielen anderen Märkten ▪ Sehr gute Wachstumsaussichten in Industrie- und Schwellenländern ▪ Relevantes Marktvolumen von EUR 7 Milliarden¹ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stark diversifizierte Märkte mit einer Vielzahl an Produkt- und Dienstleistungsangeboten ▪ Attraktive Wachstumsperspektiven für wichtige Abnehmergruppen (z. B. Industrie) und steigende Investitionen in Arbeitsplatz- und Anlagenschutz ▪ Relevantes Marktvolumen von EUR 5 Milliarden¹ davon ~50 %¹ für Personenschutz, 38 %¹ Gasmesssysteme und 12 %¹ 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 ▪ Verbessertes 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 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 Marktkennntnis 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

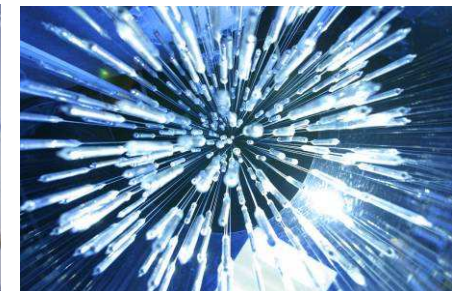
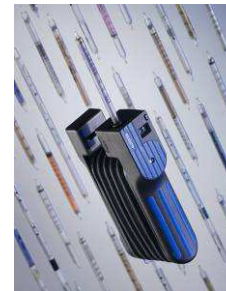
›Draegerman‹

Oberbegriff für Grubenretter in Nordamerika



›Dräger-Tubes®‹

Synonym für Gasmessröhrchen in den USA





- Vertrieb ab 2012 in einer Hand
 - Zusammenfassung des Vertriebs der Geschäftsbereiche Medizin- und Sicherheitstechnik in allen Regionen jeweils unter einer operativen Führung
 - Weltweite Vertriebsleitung durch Andreas Frahm
 - Implementierungskosten im mittleren einstelligen Millionenbereich

- Umorganisation des Marketingbereichs ab 2013

- Bis Ende 2014 Einsparungen der relativen Marketing- und Vertriebskosten um gut einen Prozentpunkt

Strategie für nachhaltiges, profitables Wachstum in hochattraktiven Märkten



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

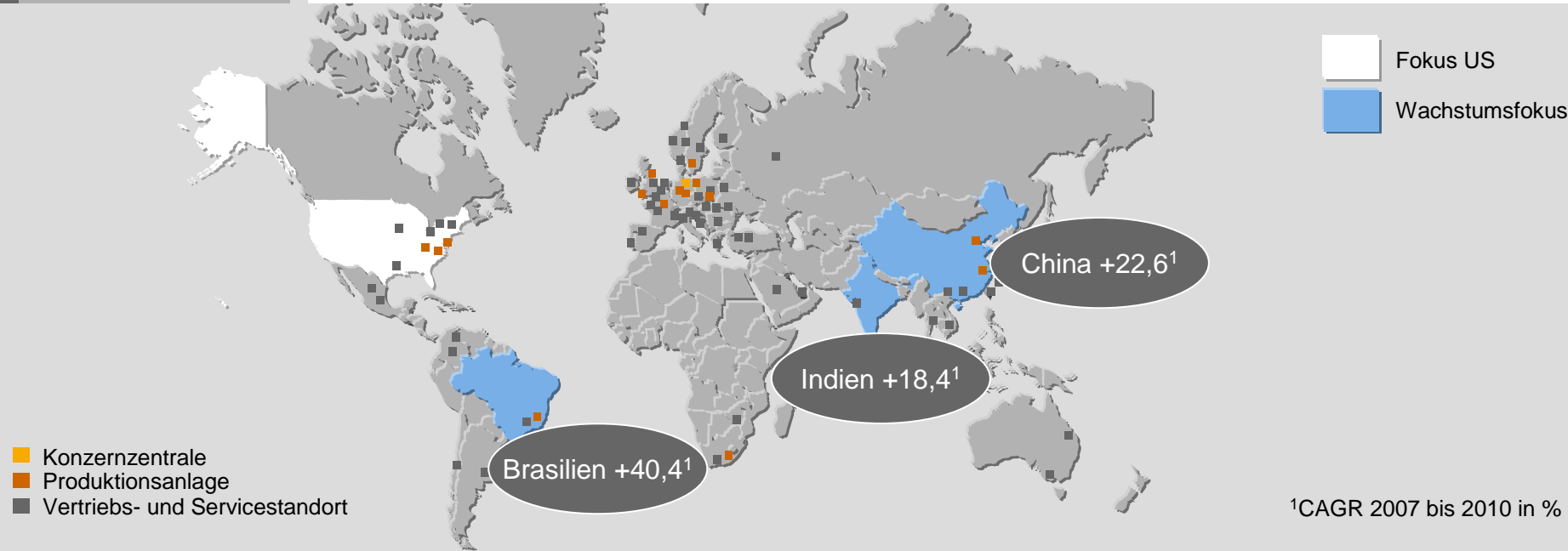


Wachstum Marge

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 von Wachstum und Ertragskraft durch Neuorganisation von Marketing und Vertrieb	✓	✓
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 von Wachstumspotenzialen in stark wachsenden Märkten wie 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



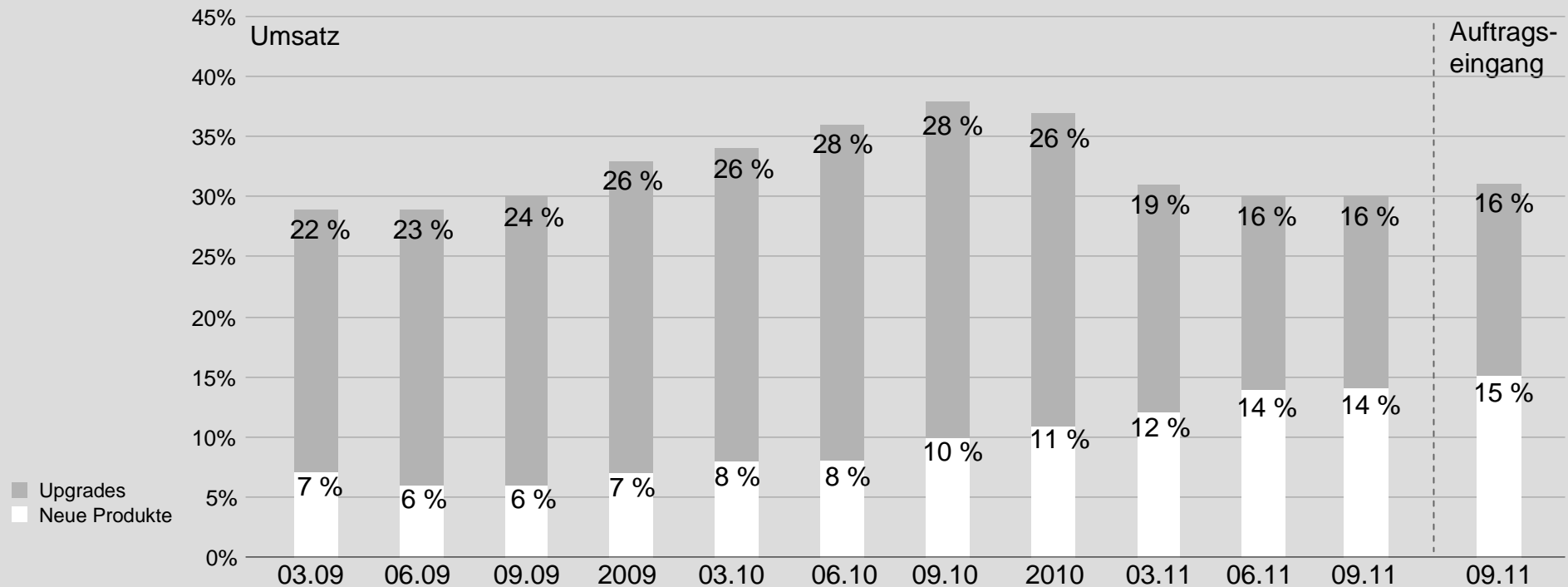
Klar definierte Strategie zur Realisierung der Wachstumspotentiale und der Ertragskraft (2)

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

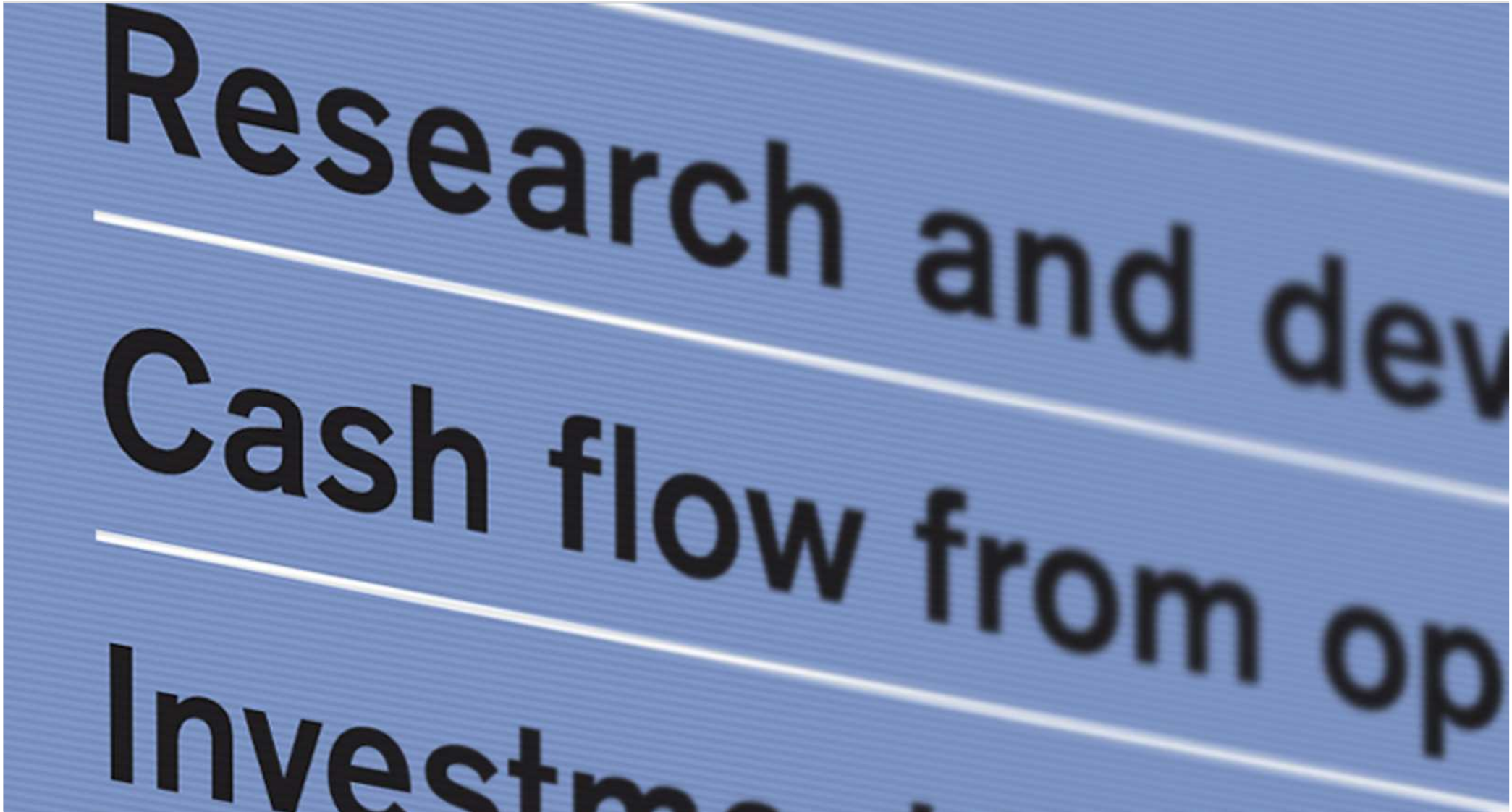
Anteil neuer Produkte und Upgrades Medizintechnik ¹



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 von Wachstum und Ertragskraft durch Neuorganisation von Marketing und Vertrieb	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vertrieb ab 2012 in einer Hand ▪ Umorganisation des Marketingbereichs ab 2013 ▪ Bis Ende 2014 Einsparungen der relativen Marketing- und Vertriebskosten um gut einen Prozentpunkt
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 ▪ 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



Gewinn- und Verlustrechnung – Dräger-Konzern

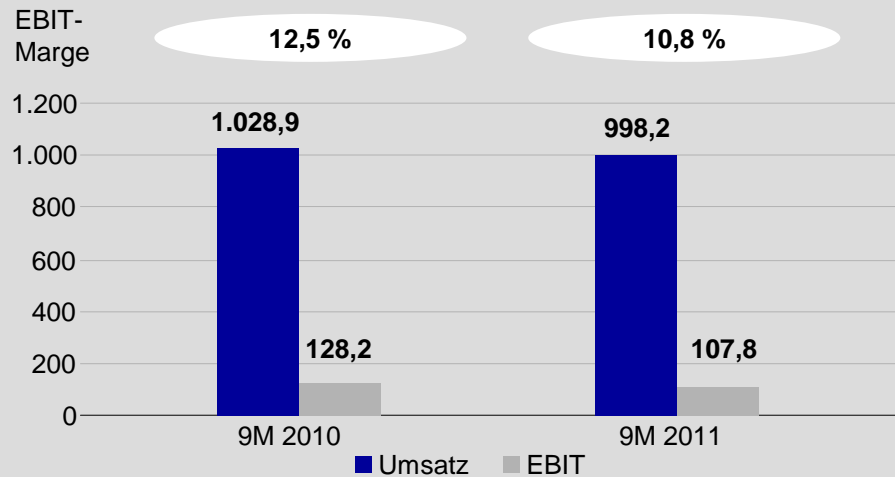


(EUR Mio.)	2008	2009	2010	9M 2010	9M 2011
Umsatzerlöse	1.924,5	1.911,1	2.177,3	1.542,0	1.557,3
<i>% Wachstum</i>	+5,8 %	-0,7 %	+13,9 %	+14,4 %	+1,0 %
Umsatzkosten	-1.038,2	-1.079,4	-1.133,2	-793,0	-781,2
Bruttoergebnis	886,3	831,7	1.044,1	749,0	776,1
FuE-Kosten	-142,0	-149,4	-148,4	-105,1	-115,2
Vertriebs- und Verwaltungskosten	-623,8	-596,6	-689,1	-497,1	-516,0
Sonstiges	-14,8	-5,7	-13,8	-10,1	-5,2
EBIT	105,8	80,1	192,8	136,7	139,7
<i>% Marge</i>	5,5 %	4,2 %	8,9 %	8,9 %	9,0 %
Jahresüberschuss	49,4	32,5	104,8	70,2	79,3
EBITDA	166,3	146,0	246,6	176,4	179,4
<i>% Marge</i>	8,6 %	7,6 %	11,3 %	11,4 %	11,5 %

Ergebnis in den ersten neun Monaten 2011

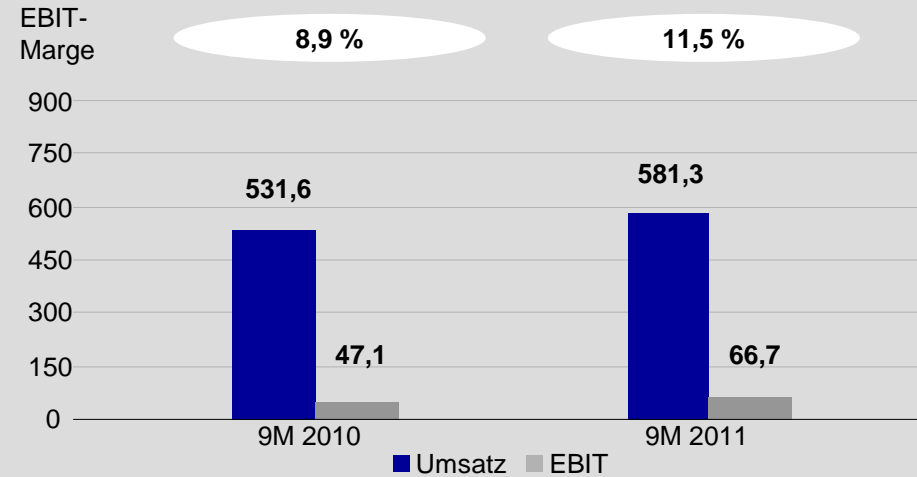


Unternehmensbereich Medizintechnik (EUR Mio.)



- Auftragseingang über Vorjahresvergleichswert
- Umsatz aufgrund eines großen Vorjahresauftrags aus Brasilien leicht unter Vorjahr
- EBIT trotz leicht verbesserter Bruttomarge durch einen vorteilhaften Produktmix, eine gute Auslastung beispielsweise in der Anästhesie sowie eine positive Währungsentwicklung aufgrund höherer Funktionskosten unter dem Vorjahresniveau

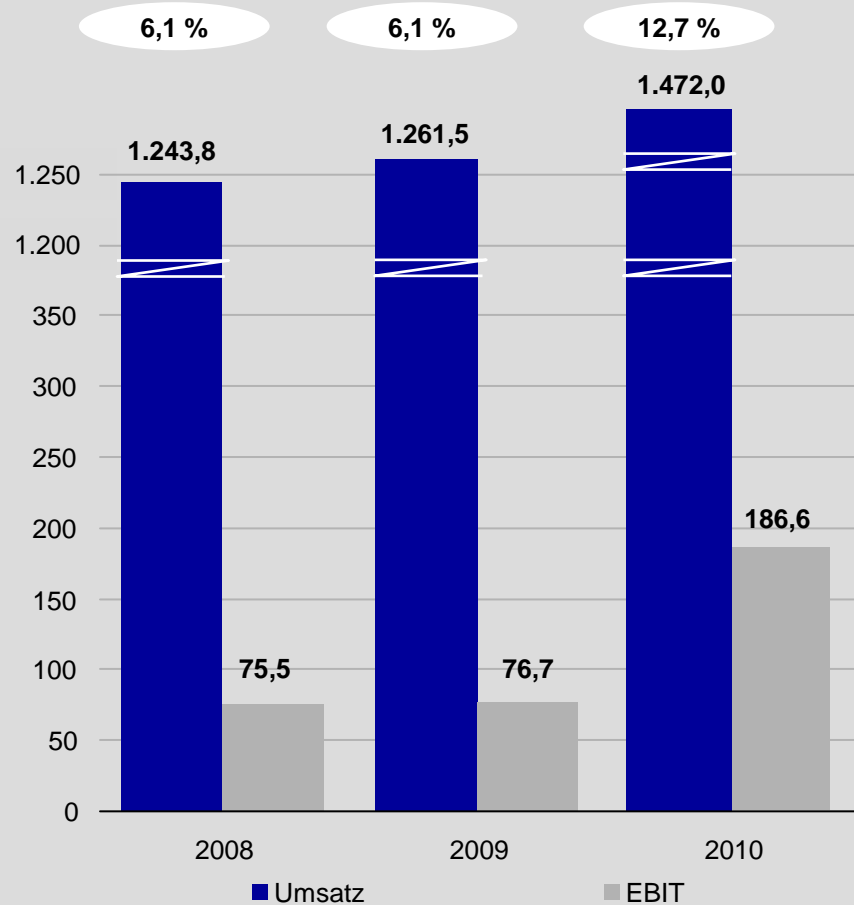
Unternehmensbereich Sicherheitstechnik (EUR Mio.)



- Auftragseingang und Umsatz deutlich über Vorjahr
- Auftragsbestand insbesondere aufgrund eines kräftigen Wachstums in den Regionen Sonstige (+121,4 %), Asien-Pazifik (+35,5 %*) und Übriges Europa (+8,6 %*) insgesamt 11,3 %* über Vorjahresvergleichszeitraum
- EBIT aufgrund Produktmixverschiebungen hin zu ertragsstärkeren Produkten sowie eines positiven Ergebnisbeitrags aus Tieftauchprojekten deutlich über Vorjahr

* Währungsbereinigt

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

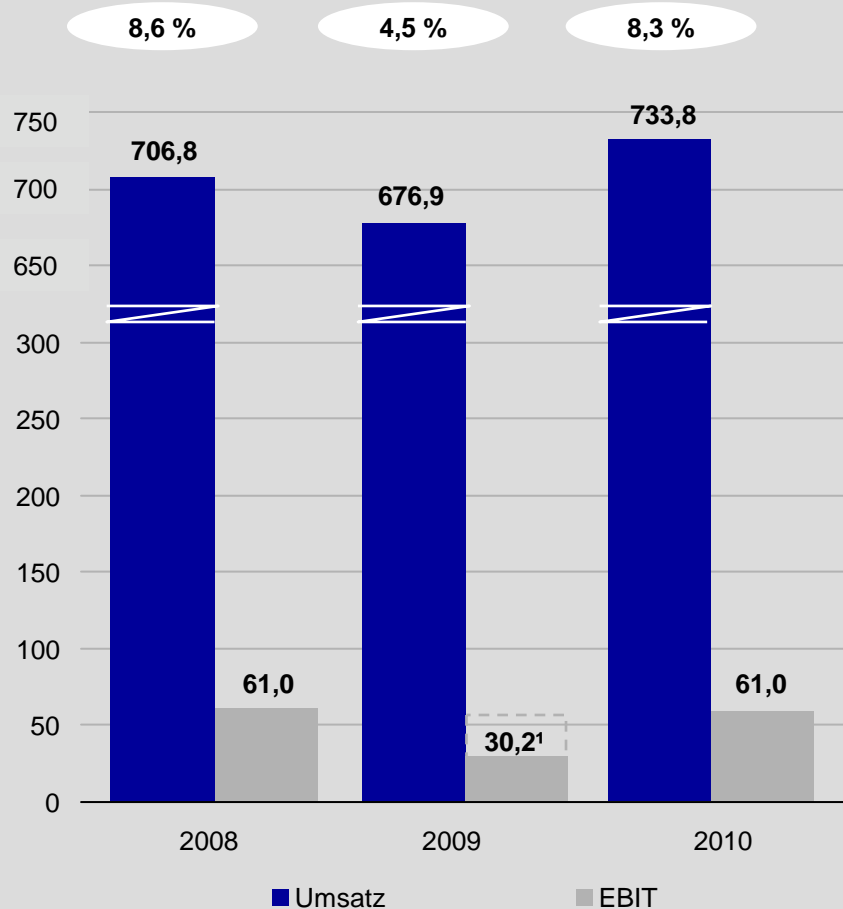
2009 vs. 2008

- 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 Tieftauchsystemen 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 Tieftauchsystemen (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 Tieftauchsystemen (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	9M 2010	9M 2011
Jahresüberschuss des Konzerns	49,4	32,5	104,9	70,2	79,3
<i>Veränderung des Vorräte</i>	-25,9	33,1	-42,6	-58,1	-31,8
<i>Veränderung der Ford. aus LL</i>	0,0	40,5	2,2	44,4	47,7
<i>Veränderung der Verb. aus LL</i>	21,0	2,6	43,7	-17,5	-42,2
Veränderung Net Working Capital	-4,9	76,2	3,3	-31,2	-26,3
Abschreibungen	60,5	65,8	53,7	39,7	39,9
Sonst. Posten der betriebl. Tätigkeit	-0,3	19,0	57,3	19,6	-10,3
Mittelzufluss aus betriebl. Tätigkeit	104,7	193,5	219,1	98,4	82,6
Netto-Investitionen	-73,8	-41,0	-54,3	-31,8	-45,4
Sonst. Investitionstätigkeit	-2,4	-1,4	2,0	2,0	0,0
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-76,2	-42,4	-52,2	-29,8	-45,3
Freier Cash Flow	28,5	151,0	166,9	68,5	37,2

Ausblick und mittelfristige Planung



	2010	2011	2012	Mittelfristig
Auftragseingang	+8,5 % <i>(währungsbereinigt +4,1 %)</i>	Mindestens Weltwirtschafts- wachstum ¹	Mindestens Weltwirtschafts- wachstum ¹	
Umsatz	+13,9 % <i>(währungsbereinigt +9,5 %)</i>	1-2 % unter Auftragseingangs- wachstum	Mindestens Weltwirtschafts- wachstum ¹	Schnelleres Wachstum als der relevante Markt
EBIT-Marge	8,9 %	Oberer Bereich der EBIT-Marge von 8,0 % bis 9,5 % ²	EBIT-Marge von 8,0 % bis 9,5 % ²	Ziel-Marge mindestens 10 %

¹IWF-Prognose (September 2011) für 2011 und 2012 +4,0 %

²Höhere Aufwendungen für geplante Investitionen in Forschung und Entwicklung, die Verbesserung der unternehmensweiten IT-Infrastruktur sowie die Optimierung der Vertriebsorganisation

Zusammenfassung



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
Unsere Strategie	<ul style="list-style-type: none">▪ Zielwert: mittelfristig mindestens 10 % EBIT-Marge▪ Wachstum durch den Ausbau marktführender Positionen in geografischer Hinsicht, neue Produkte, einen höheren Anteil des After-Sales-Geschäfts sowie ein effizientes Management unterschiedlicher Kundengruppen▪ Margenverbesserung z. B. durch Verbesserung der Innovationsprozesse und Realisierung von Synergien zwischen den Unternehmensbereichen▪ Verbesserung von Wachstum und Ertragskraft durch die Neuorganisation von Marketing und Vertrieb
Unternehmensprinzipien	<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



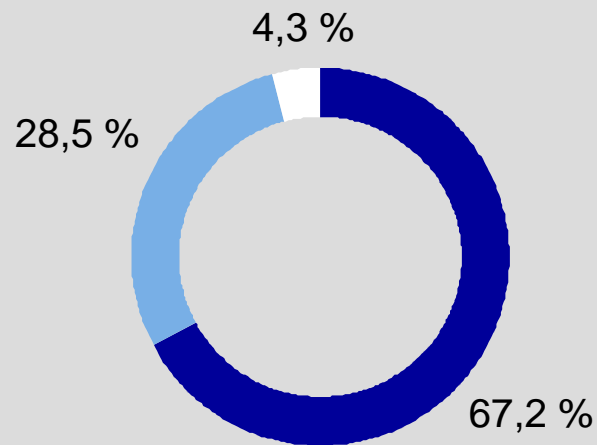
Gert-Hartwig Lescow
CFO



Toni Schrofner
COO

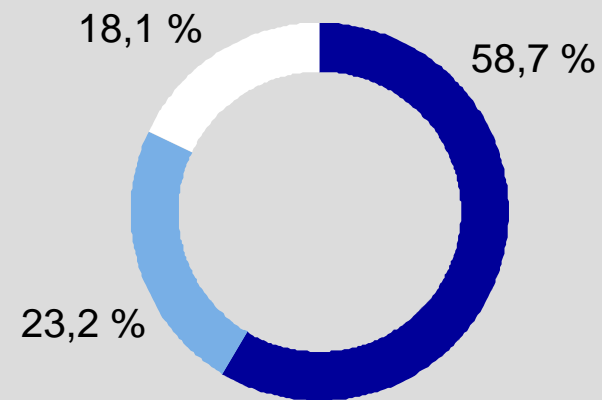
10.160.000 Stammaktien (28,5 % Streubesitz)
 6.350.000 Vorzugsaktien (100,0 % Streubesitz)

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

Februar 2012

- Vorläufige Zahlen 2011

14.03.2012

- Bilanzpressekonferenz, Hamburg

- Analystenkonferenz, Frankfurt am Main

03.05.2012

- Bericht zum ersten Quartal 2012

- Telefonkonferenz, Lübeck

04.05.2012

- Hauptversammlung, Lübeck

02.08.2012

- Bericht zum zweiten Quartal 2012

- Telefonkonferenz, Lübeck

01.11.2012

- Bericht zum dritten Quartal 2012

- 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%