

Ausführungen von Wolfgang Moyses, Vorsitzender des Vorstands der SIMONA AG, Kirn, anlässlich der Bilanzpressekonferenz am 23.04.2008 in Frankfurt

- Es gilt das gesprochene Wort -

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich begrüße Sie im Namen des Vorstands und Aufsichtsrats herzlich zur Bilanzpressekonferenz der SIMONA AG.

Mein Name ist Wolfgang Moyses, ich bin Vorsitzender des Vorstands. Mit mir auf dem Podium sitzen meine Vorstandskollegen Jochen Feldmann, Finanzen und Verwaltung, Dirk Möller, Technik und Logistik, und Detlef Becker, seit 01.04. verantwortlich für Vertrieb und Marketing. Außerdem begrüße ich Hans-Wilhelm Voss, Vorsitzender des Aufsichtsrats der SIMONA AG.

Das ist die erste Bilanzpressekonferenz der SIMONA AG seit dem Börsengang und wir berichten über den Verlauf des 150sten Jahrs der Unternehmensgeschichte. Vielleicht fragen Sie sich jetzt, warum es so viele Jahre gedauert hat bis wir eine weitere Bilanzpressekonferenz veranstalten. Nun, gut Ding will Weile haben im beschaulichen Kirn. Aber Spaß beiseite, wir haben auch schon vor unserem Börsengang 1990 über unsere Zahlen informiert, aber aufgrund unserer neuen Aktionärsstruktur und des Ziels, auch als Arbeitgeber noch attraktiver zu werden, haben wir im letzten Jahr unsere Unternehmenskommunikation und Investor Relations deutlich intensiviert. Und so freue ich mich, dass wir Ihnen hier heute persönlich über den Verlauf des Geschäftsjahres 2007 und unsere Pläne für 2008 berichten können. Wir wollen nach meinen Ausführungen gerne mit Ihnen ins Gespräch kommen, um Themen zu vertiefen oder Lücken zu schließen.

Unser Geschäft ist die Verarbeitung thermoplastischer Kunststoffe. Aus verschiedenen Werkstoffen produzieren wir sogenannte Halbzeuge, das sind vor allem Platten und Stäbe, Rohre und Formteile sowie Fertigteile. Klassisches Einsatzgebiet der Halbzeuge ist die Industrie, wie z. B. der chemische Apparate- und Behälterbau oder die Bauindustrie. Unsere Rohre und Formteile finden vor allem in der Ver- und Entsorgung von Flüssigkeiten Verwendung. Die Fertigteile sind vor allem im Maschinenbau gefragt.

Nehmen Sie das Beispiel Lebensmittelindustrie. Sie haben sicher schon alle strahlend weiße Flächen gesehen, auf denen Lebensmittel verarbeitet werden. Es ist sehr wahrscheinlich, dass die aus Kunststoff sind. Wir können

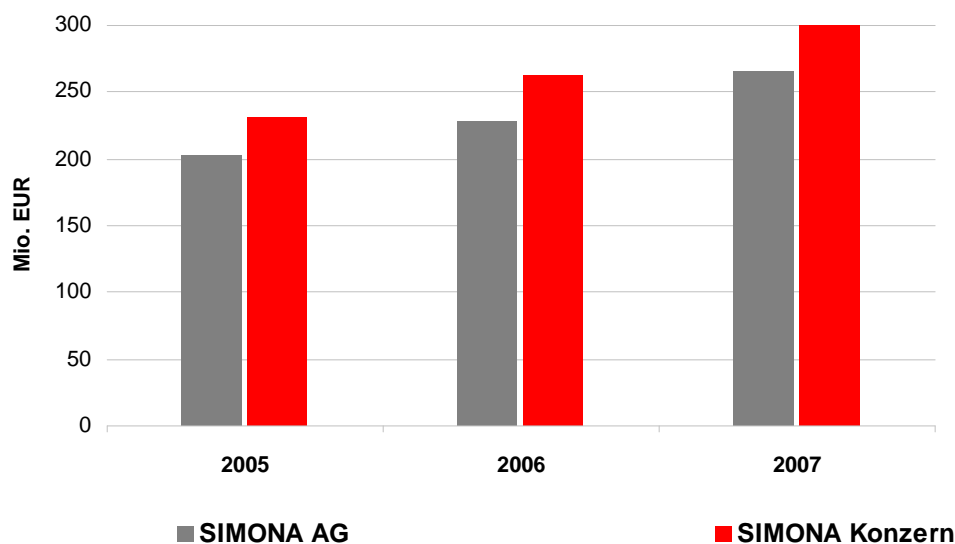
unsere Kunststoffe antibakteriell einstellen und sie haben Zulassungen zur physiologischen Unbedenklichkeit. Außerdem ist ihre Oberfläche so hart und abweisend, dass daran so gut wie nichts haften bleibt.

2007 – 150 Jahre SIMONA

Aber nun zum abgelaufenen Geschäftsjahr. Die schlechte Nachricht vorab: Die Umsatzmarke von 300 Mio. EUR im Konzern haben wir verfehlt. Es sind „nur“ 299,9 Mio. EUR geworden. Und so sehr ich Herrn Feldmann auch symbolisch ausgewrungen habe, er hat die 100.000 EUR nicht ausgespuckt. Aber im Ernst, 2007 war ein äußerst erfolgreiches Jahr für unser Unternehmen. Wir haben

- einen Rekordumsatz erzielt
- den EBIT deutlich gesteigert
- unsere Eigenkapitalquote weiter erhöht
- unsere maßvolle Internationalisierungsstrategie konsequent fortgesetzt
- den Bau neuer Produktionsstandorte in Asien und Osteuropa begonnen
- die Integration der Übernahme Dehoplast weiter vorangetrieben

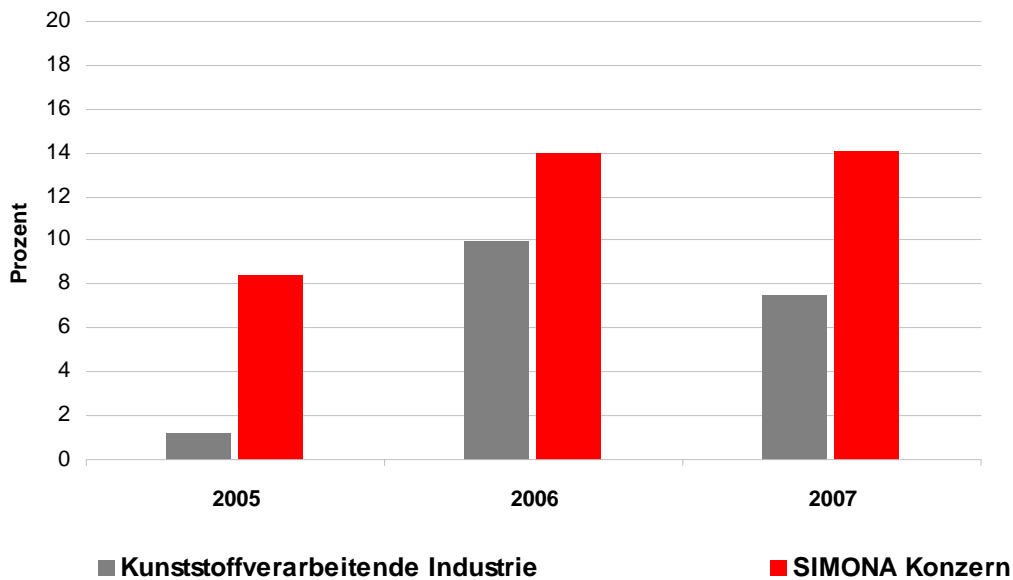
Umsatzentwicklung SIMONA Konzern und AG:



Das Jubiläumsjahr hat uns und alle Mitarbeiter noch einmal zusätzlich motiviert, ein sehr gutes Ergebnis hinzulegen. Wir haben im Jahr 1999 das Ziel ausgegeben, unseren Umsatz bis 2010 zu verdoppeln. Das war ambitioniert. Wir haben es nun schon im Geschäftsjahr 2007 geschafft. Das heißt, wir haben in den letzten 8 Jahren jeweils ein Umsatzplus von deutlich mehr als 10% erzielt und darauf sind wir stolz. 300 Mio. EUR Umsatz im letzten Jahr, das bedeutet ein Wachstum von mehr als 14 Prozent gegenüber 2006. Es

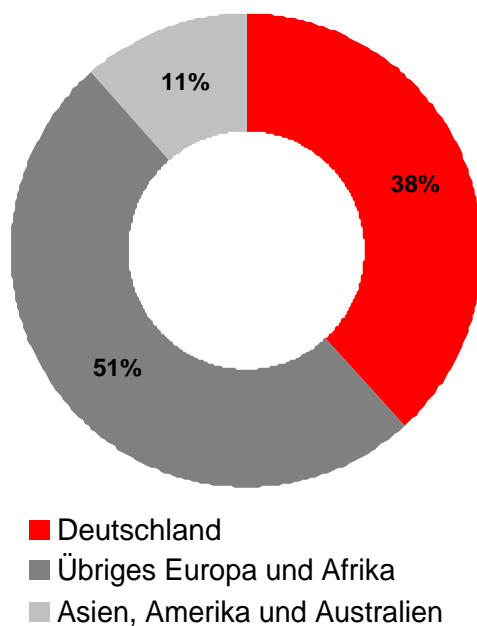
bedeutet aber auch, dass wir deutlich stärker als die gesamte Wirtschaft und deutlich stärker als die gesamte Kunststoff verarbeitende Industrie zugelegt haben.

Umsatzentwicklung Kunststoff verarbeitende Industrie – SIMONA Konzern:



Natürlich haben wir 2007 von der weiterhin guten gesamtwirtschaftlichen Lage profitiert. Vor allem die chemische Industrie und der Maschinenbau, die zu unseren größten Kunden zählen, haben erneut ein gutes Jahr hingelegt. Aber wir haben mit der Neuausrichtung unserer Vertriebsstruktur nach Branchen, der Erweiterung unserer Produktpalette durch die Übernahme Dehoplast und einer konsequenten Marktorientierung weltweit neue Kunden gewinnen und Kundenbeziehungen ausweiten können.

Umsatzverteilung nach Regionen SIMONA Konzern:



In Deutschland haben vor allem die gestiegenen Ausrüstungsinvestitionen die Nachfrage nach unseren Produkten gesteigert. Das gilt auch für die öffentliche Hand, die für unser Geschäftsfeld Rohrleitungssysteme wichtig ist. Wir haben in der Umsatzregion Deutschland von der sehr hohen Exportquote der chemischen Industrie und des Maschinenbaus profitiert. Vor allem deshalb sind die Umsatzerlöse in Deutschland mit 17,8 Prozent stärker als der Gesamt-Umsatz gestiegen und betragen ca. 115 Mio. EUR.

Die Umsätze in der Region Europa und Afrika haben wir nochmals deutlich steigern können. Vor allem in Mittel- und Osteuropa war eine unverändert starke Nachfrage nach Kunststoffhalbzeugen zu verzeichnen. Aber auch die nach wie vor gute Auftragslage im chemischen Behälter- und Apparatebau in Europa hat das Wachstum begünstigt. Europa ist mit einem Umsatzanteil von mehr als 50% der größte Markt für SIMONA.

Sorgen hat uns 2007 nur die Entwicklung in den USA bereitet. Hier mussten wir einen Umsatzrückgang verkraften. Dafür sind drei Faktoren ausschlaggebend: Der Umzug unserer Produktionsstätte von Mountain Top nach Hazleton, interne Abwicklungsprobleme und der starke Euro. In Landeswährung gerechnet konnten wir unseren Umsatz in Amerika steigern. Dafür war die Entwicklung in Asien und Australien weiter sehr dynamisch, auch weil viele Schwellenländer in 2007 ungebremsstes Wachstum verzeichnen konnten.

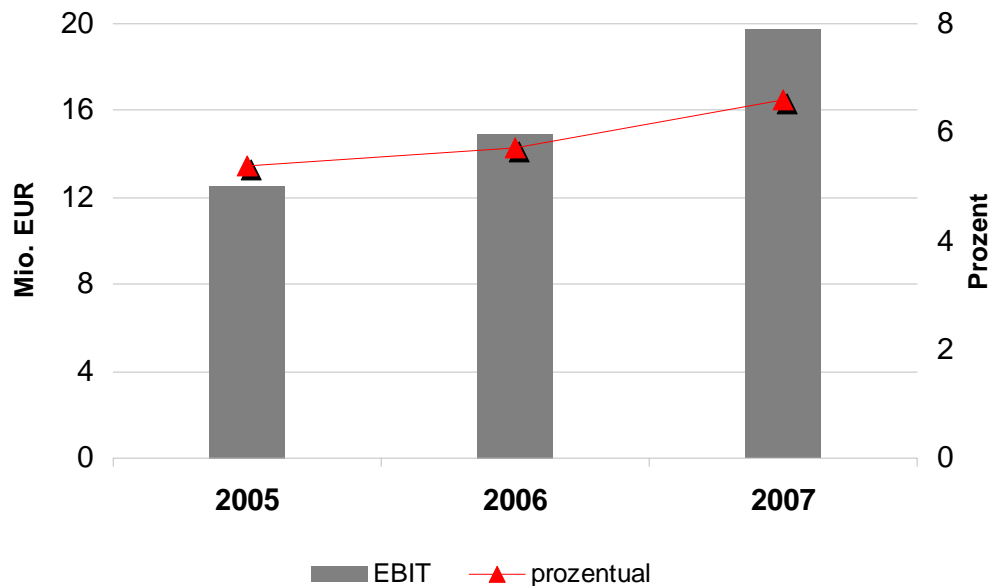
Betrachtet man die einzelnen Produktgruppen, so ergibt sich folgendes Bild: Im Bereich Halbzeuge konnte das Geschäft mit Press- und Extrusionsplatten aus PP und PE die größten Absatz- und Umsatzzuwächse erzielen. Nach der Übernahme von Dehoplast (heute Werk V der SIMONA AG) im Oktober 2006 sind die Zahlen des Werk V erstmals für eine volle Periode in die GuV eingeflossen. Insbesondere dadurch sind die Absatz- und Umsatzzahlen des Geschäfts mit Fertigteilen, Profilen und gepressten Platten deutlich gestiegen. Insgesamt konnten die Umsatzerlöse im Segment Halbzeuge um 14,0 Prozent auf 213,1 Mio. EUR gesteigert werden.

Im Bereich Rohrleitungsbau haben wir ein gegenüber dem Vorjahr noch mal gesteigertes Wachstum erzielt. Die Umsatzerlöse wurden um 9,4 Prozent auf 87,6 Mio. EUR gesteigert. In diesem Segment trägt die Konzentration auf das internationale Projektgeschäft Früchte. PE- und PP-Rohre/-Formteile im Ausland haben einen wesentlichen Beitrag zur positiven Entwicklung geleistet.

Zufrieden sind wir auch mit der Ergebnisentwicklung. Das Geschäftsjahr 2007 war geprägt von deutlichen Steigerungen bei den Rohstoff- und Energiekosten. Das haben nicht nur Sie an der Tankstelle, das hat auch die SIMONA deutlich gespürt. Die meisten der von uns eingesetzten Rohstoffe

basieren auf Erdöl und wir mussten sie deutlich teurer einkaufen. Allein die Energiekosten in Deutschland haben sich um 2 Mio. EUR erhöht. Diese Kostensteigerungen konnten aufgrund eines intensiven Wettbewerbs nur teilweise an die Kunden weitergegeben werden.

Entwicklung EBIT SIMONA Konzern



Dennoch konnten wir unseren EBIT um 4,8 Mio. EUR oder 32,2 Prozent deutlich auf 19,7 Mio. EUR steigern. Damit haben wir eine EBIT-Marge von 6,6 Prozent erzielt. Auch das ist eine deutliche Steigerung gegenüber dem Vorjahr. Wir liegen damit zwar noch knapp unter dem angestrebten Zielkorridor von 7-10 Prozent. Aber im Hinblick auf den überproportional gestiegenen Materialaufwand und den preisintensiven Wettbewerb sind wir damit auf einem guten Weg. In der AG konnten wir dieses Ziel mehr als erreichen. Das Betriebsergebnis konnte um 57,2 Prozent auf 21,2 Mio. EUR gesteigert werden. Die EBIT-Marge stieg von 5,9 auf 7,6 Prozent. Möglich wurde die Ergebnisverbesserung vor allem durch die Konzentration auf rentable Produkte und ein umfassendes Kostensenkungsprogramm.

Dividende

SIMONA verfolgt seit Jahren eine stabile Dividendenpolitik. Aufgrund des guten Ergebnisses werden wir der Hauptversammlung eine Dividende in Höhe von 8,50 Euro je Aktie zur Genehmigung vorgeschlagen. Im letzten Jahr betrug die Dividende 7,50 EUR, zuzüglich eines Bonus von 150 Cent angelehnt an die 150-jährige Unternehmensgeschichte. Die vorgeschlagene Divi-

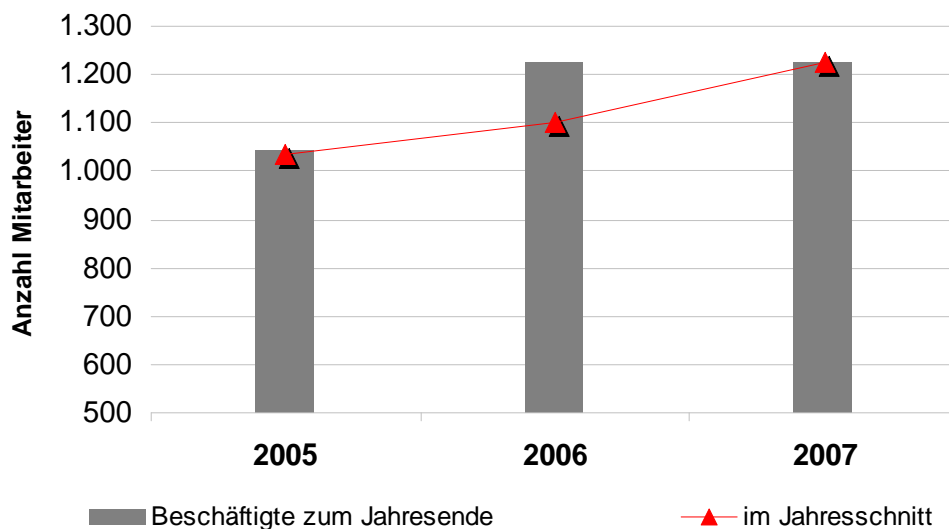
dende von 8,50 EUR entspräche einer Ausschüttung in Höhe von 5,1 Mio. EUR und damit ca. 37 Prozent des Jahresüberschusses.

Vermögens- und Finanzlage

Die Bilanzsumme des Konzerns erhöhte sich zum 31.12.2007 um 7,4 Mio. EUR auf 233,8 Mio. EUR. Der Anstieg schlägt sich im Wesentlichen in erhöhten Vorräten sowie stichtagsbezogen in erhöhten Sonstigen Vermögensgegenständen nieder.

Auch im Geschäftsjahr 2007 haben wir weiter in den Ausbau und die Modernisierung unserer Produktionsanlagen investiert. Insgesamt betragen die Sachinvestitionen 13,9 Mio. EUR.

Das Eigenkapital hat sich um 8,5 Mio. EUR auf 148,3 Mio. EUR erhöht. Die Eigenkapitalquote stieg damit auf 63,4 Prozent.

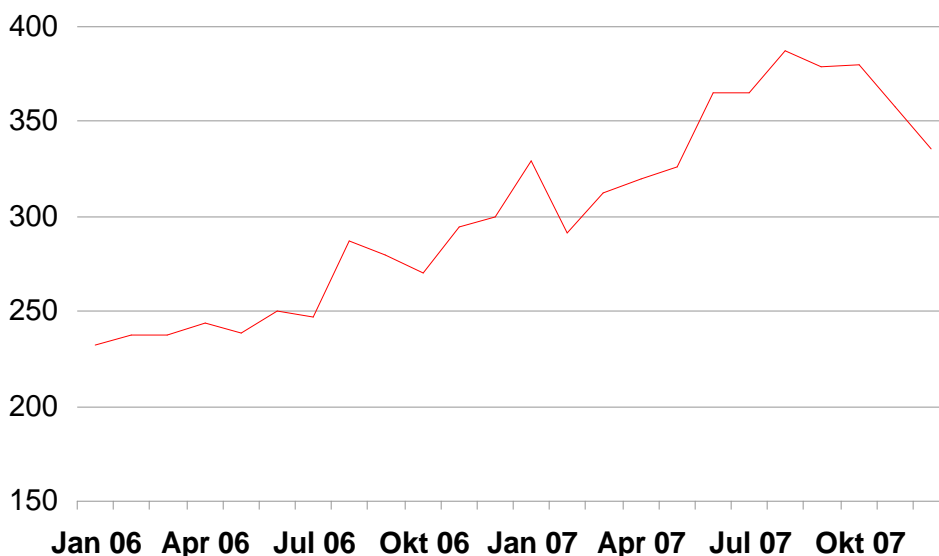


Wir haben 2007 weltweit 1224 Mitarbeiter beschäftigt, davon knapp 200 im Ausland. 60 junge Menschen befanden sich Ende 2007 in einer Ausbildung bei SIMONA. Wir bieten eine Vielzahl von technischen und kaufmännischen Berufen zur Ausbildung an und wurden für unser Aus- und Weiterbildungsengagement schon mehrfach ausgezeichnet. Die Aus- und Fortbildung ist für SIMONA im Wettbewerb um Talente immens wichtig, um qualifizierte Mitarbeiter auch aus den eigenen Reihen zu rekrutieren.

Neue Produkte

Die Produktentwicklung haben wir 2007 forciert und die neue Produktfamilie PP-DWU AlphaPlus vorgestellt, die 2008 sukzessive im Markt eingeführt wird. Erstmals bietet SIMONA damit ein komplettes Produktsystem aus Rohren, Formteilen und Platten auf der Basis eines einheitlichen PP-H Werkstoffes. Für unsere Kunden werden dadurch die Verarbeitungseigenschaften signifikant verbessert. Dies bedeutet beispielsweise, dass aus AlphaPlus gebaute Behälter eine höhere Sicherheitsreserve aufweisen. In 2007 wurde auch die zweite Generation der Hohlkammerplatte entwickelt und eingeführt. Beim Behälterbau können mit der neuen Hohlkammerplatte bis zu 30 Prozent der Kosten gegenüber einem Behälter in konventioneller Bauweise eingespart werden, auch da auf eine Stahlverstärkung verzichtet werden kann.

Entwicklung Aktienkurs SIMONA 2006-2007



Entwicklung Aktie

Nachdem die SIMONA-Aktie im Jahresverlauf 2006 um über 22 Prozent zulegen konnte, zeigte sie analog zum DAX im ersten Quartal 2007 eine eher verhaltene Entwicklung. Ab Mai entwickelte sich der Kurs sehr positiv, was auch auf eine Intensivierung der Investor Relations sowie der Publikation guter Unternehmenszahlen zurückzuführen ist. Der Jahreshöchststand wurde am 09. August mit 415 EUR erzielt. Das entspricht einer Steigerung von 39,3 Prozent gegenüber dem Eröffnungskurs vom 01.01.07 von 298 EUR. Auch wir blieben trotz guter Zahlen und Aussichten nicht von der weiteren Entwicklung an den Aktienmärkten verschont. Zum Jahresende notierte die Aktie mit 336,1 EUR noch um 12,8 Prozent höher als zu Jahresbeginn. Nach den extremen Kursstürzen Anfang des Jahres bewegt sich die SIMONA-Aktie Ende März 2008 in etwa auf dem Niveau des Jahresbeginns 2007.

Enormes Wachstumspotenzial für Kunststoffe

Meine sehr geehrten Damen und Herren, Kunststoffe haben ein enormes Wachstumspotenzial. Ihr Einsatzgebiet ist bei weitem noch nicht ausgeschöpft.

- SIMONA entwickelt leichte Kunststoffprodukte, die schwere Materialien ersetzen. Und so Mobilität umweltschonend sicherstellen.
- SIMONA entwickelt langlebige Kunststoffprodukte, die bis zu 100 Jahre sicheren Betrieb gewährleisten. Und so helfen, die Zukunftsaufgabe sauberes Trinkwasser zu erfüllen.
- SIMONA entwickelt widerstandsfähige Kunststoffprodukte, die gegen aggressive Chemikalien resistent sind. Und so Umweltschutz sicher und wirtschaftlich machen.
- SIMONA entwickelt High-Purity-Kunststoffprodukte, die höchsten Anforderungen der Medizintechnik genügen. Und so Lebensqualität erhöhen oder erhalten.

Mobilität, Versorgung mit Wasser und Energie sowie Gesundheit sind weltweit die Felder mit dem größten Wachstumspotenzial für Kunststoffe. Davon wollen wir profitieren und haben unsere Produktentwicklungsstrategie auf diese Wachstumfelder ausgerichtet. In Israel haben wir zum Beispiel PP-Rohre und Platten für eine Meerwasserentsalzungsanlage geliefert.

Geografisch wollen wir das Wachstum vor allem in Asien mit seinen sich weiter dynamisch entwickelnden Schwellenländern, aber auch in ausgesuchten Märkten in Südamerika, Ozeanien, dem Nahen und Mittleren Osten sowie in Russland erzielen. Deutschland und Europa werden weiterhin sehr wichtige Märkte für SIMONA sein, aber aufgrund unserer hohen Marktdurchdringung in Europa werden wir unsere ehrgeizigen Wachstumsziele nur erreichen, wenn wir auch auf anderen Kontinenten stark wachsen.

Dazu streben wir eine weitere, kontinuierliche Internationalisierung nicht nur der Vertriebswege, sondern auch der Produktions- und Lieferkapazitäten an. Wir haben dazu wichtige Grundsteine gelegt. Nachdem die Produktion in den USA an einen neuen Standort umgezogen ist und erweitert wurde, steht 2008 ganz im Zeichen der neuen Werke in China und Tschechien.

In Jiangmen, im Süden Chinas, entsteht in mehreren Bauabschnitten ein Produktionsstandort für Kunststoffhalbzeuge. In Litvinov, am südlichen Fuß des Erzgebirges, modernisiert und erweitert SIMONA einen Standort zum ersten multifunktionalen Werk der Unternehmensgeschichte. In China und in Tschechien soll noch in 2008 die Produktion aufgenommen werden.

Die neuen Werke in China und Tschechien sind wichtige Meilensteine für SIMONA. Damit werden wir SIMONA dauerhaft als globales Unternehmen für

Kunststoffhalbzeuge und Rohrsysteme etablieren. Die neuen Standorte sind Teil unseres internationalen Logistikkonzepts und werden die Lieferfähigkeit insbesondere auf dem asiatischen und osteuropäischen Markt entscheidend verbessern. Die Produktion vor Ort bringt deutliche Vorteile für unsere Kunden. Wir erhöhen unsere Flexibilität und können schneller auf Marktveränderungen reagieren. Beide Investitionen gehen nicht zu Lasten unserer deutschen Standorte. Hier werden wir weiter gezielt in die Optimierung von Verfahrenstechnologie und Produktionskapazitäten investieren.

Neuer Vorstand Vertrieb und Marketing

Der Internationalisierungskurs verlangt auch verstärkte Management-Kapazitäten. Wir haben daher unseren Vorstand um Detlef Becker erweitert, der seit 01.04. das Ressort Vertrieb und Marketing verantwortet. Herr Becker ist ein ausgesprochener Kunststoff- und Vertriebsfachmann mit internationaler Erfahrung. Zuletzt hat er den Bereich Westeuropa der profine Gruppe, Europas größtem Kunststoff-Fensterprofilhersteller, verantwortet.

Entwicklung 2008

Die Risiken für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung haben zugenommen. Die tatsächlichen Konsequenzen aus den Verwerfungen der Subprime-Rate-Crisis dürften erst im Jahresverlauf 2008 in vollem Umfang zu Tage treten. Der Ölpreis ist Anfang 2008 weiter gestiegen, diese Entwicklung ist auch bei anderen für die Industrie wichtigen Rohstoffen zu beobachten. Ein weiter steigender Euro wird den deutschen Export, der weiterhin optimistische Aussichten hat, belasten. Die steigende Inflationsgefahr belastet unsere Binnenkonjunktur. Die Inflationsgefahr lässt das Risiko hoher Tarifabschlüsse steigen, die ebenfalls konjunkturbelastend wirken können. Die Wachstumsprognosen für Deutschland wurden aufgrund der zunehmenden Unsicherheiten in den letzten Monaten nach unten korrigiert. Insgesamt sind wir aber der Ansicht, dass die Voraussetzungen für unser Unternehmen weiterhin positiv sind. Für SIMONA ist vor allem die weitere Entwicklung der Investitionen bedeutend. Die sehr hohe Dynamik bei den Ausrüstungsinvestitionen in 2007 wird sich wohl abschwächen. Dennoch werden die nach wie vor hohen Auslastungsgrade der Kapazitäten in Verbindung mit weiter guten Absatz- und Gewinnerwartungen die positive Investitionsneigung bei den Unternehmen weiter stützen. Hinzu kommen gute Auftragsbestände aus 2007. Deswegen blicken wir weiter zuversichtlich in die Zukunft, wobei die Wachstumsszenarien für das 1. Halbjahr intakt sind, wir für das 2. Halbjahr allerdings stärkeren Gegenwind erwarten.

Unser Absatzziel von plus 5 Prozent und unser Umsatzziel von 315 Mio. EUR für 2008 ist daher zwar ambitioniert, wir sehen es aber nicht gefährdet.

Auch, weil wir in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2008 von einer anhaltend hohen Nachfrage profitiert haben und den Absatz gegenüber der Vorjahresperiode nochmals steigern konnten.

Getragen wird das weitere Wachstum vom chemischen Apparate- und Anlagenbau, der weiterhin von seiner Exportorientierung profitieren dürfte. Unser internationales Projektgeschäft Im Rohrleitungsbau wird ebenfalls zum Wachstum beitragen. Der neue Geschäftsbereich Maschinenbau und Transporttechnik gibt uns die Möglichkeit, an der weiter guten Entwicklung der Maschinenbaubranche zu partizipieren.

Ertragslage trotz hohen Kostendrucks stabil halten

Die Ertragssituation ist geprägt von enorm hohem Kostendruck. Weiter steigende Rohstoff-, Energie- und Transportkosten machen uns das Leben schwer. Zusätzlich erfordern die Investitionen in China und Tschechien hohe Vorausleistungen. Die in 2007 eingeleiteten Maßnahmen zur Effizienzsteigerung und Kostensenkung geben uns aber Zuversicht, dass wir eine nochmals leicht verbesserte EBIT-Marge im Bereich von 7 Prozent erzielen können. Dabei soll SIMONA AMERICA nach den begonnenen Restrukturierungsmaßnahmen 2008 den break-even erreichen.

SIMONA ist erfrischend anders

SIMONA ist erfolgreich, keine Frage. Aber was haben wir darüber hinaus zu bieten. Was macht uns attraktiv für Kunden, Aktionäre und Mitarbeiter? Was macht uns so erfrischend anders?

- SIMONA ist auf einem langfristigen Wachstumskurs
- Bis 2012 wollen wir einen Umsatz von 500 Mio. EUR erzielen
- Wir können ein konstantes EBIT von 7 -10% erreichen

Jenseits harter Zahlen verfügt SIMONA über einen „Spirit“, den unsere Kunden und Partner schätzen:

- Loyale Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die aus Überzeugung bei der Sache sind

- Unabhängigkeit gegenüber Banken aufgrund unserer finanziellen Stabilität, die auch eine eigenständige Unternehmensentwicklung ermöglicht
- Eine Vielzahl von Verfahrenstechniken unter einem Dach vereint, die am Markt ihresgleichen sucht
- Unsere Produkte, die für nahezu alle Herstellprozesse nötig und sehr schwer substituierbar sind
- Und nicht zuletzt, einen Namen, der international eine hervorragende Reputation genießt. Die Marke SIMONA steht für Qualität weltweit.

Meine Damen und Herren, SIMONA steht für eine 150jährige Erfolgsgeschichte. Wir werden weiter neue Wege gehen mit Energie, Dynamik und Leidenschaft.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.