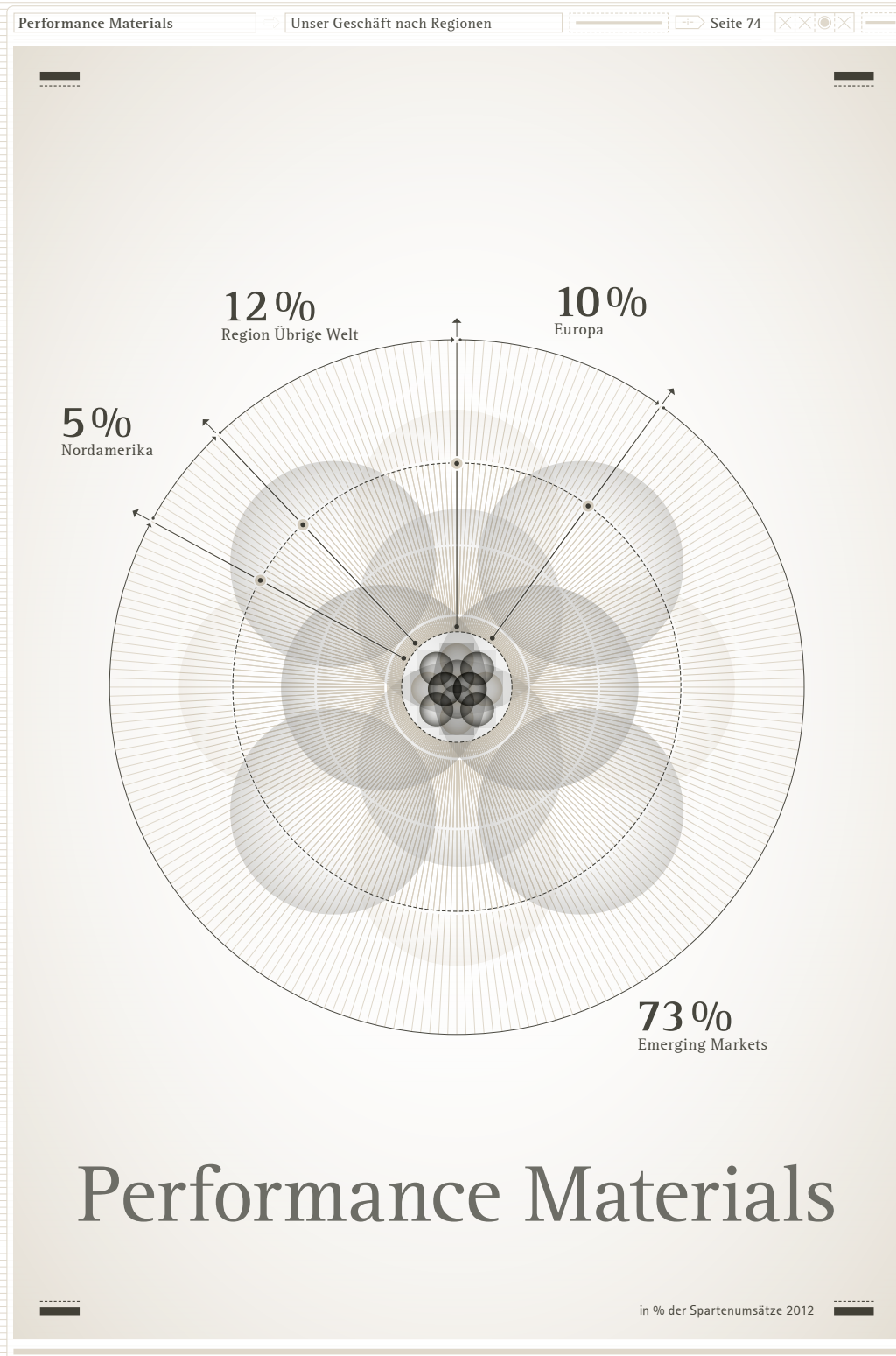




Performance Materials 3/4

Außergewöhnlich starkes Jahr dank hoher Nachfrage nach Flüssigkristall-Materialien sowie positiver Effekte aus Wechselkursveränderungen

Volumensteigerungen bei LC-Materialien getrieben von anhaltend guten Verbrauchertrends und Marktanteils-gewinnen

Steigerung der Umsatzerlöse bei Effektpigmenten gegenüber schwachem Vorjahr; Ausblick bleibt verhalten

2012 war für die Sparte Performance Materials ein sehr erfolgreiches Jahr. Bei den Umsatzerlösen wurde mit einem außergewöhnlichen Anstieg um 14,3% auf 1.674 Mio € (2011: 1.465 Mio €) ein Rekordniveau erreicht. Begünstigt wurde diese Entwicklung durch den starken US-Dollar, da ein wesentlicher Teil der Umsatzerlöse in dieser Währung erzielt wird. So trugen Veränderungen aus Wechselkursen 7,0% und das organische Wachstum sogar 7,4% zur Steigerung der Umsatzerlöse bei. Eine starke Nachfrage nach Flüssigkristall-Materialien, die mehr als 70% der Umsatzerlöse der Sparte ausmachen, war hierbei getragen von anhaltenden Wachstumstrends in der Flachbildschirmindustrie. So führten steigende Verkaufszahlen sowie insbesondere zunehmende Bildschirmdiagonalen von Fernsehgeräten zu einer hohen Nachfrage nach Flüssigkristallen mit VA (Vertical-Alignment)-, PS-VA (Polymer-Stabilized Vertical Alignment)- und IPS (In-Plane Switching)-Technologie. Die Absatzmengen der IPS-Flüssigkristalle profitierten dabei zusätzlich von wachsenden Verkaufszahlen mobiler Geräte mit Touchscreen-Displays wie Tablet PCs und Smartphones. Darüber hinaus konnte die Sparte als Folge der fortlaufenden Weiterentwicklung der Eigenschaften des bestehenden Flüssigkristall-Produktportfolios den eigenen Marktanteil von im Vorjahr etwa 55% auf über 60% im Jahr 2012 ausbauen.

Auch die Geschäftseinheit Pigments & Cosmetics hat ihre Umsatzerlöse im Jahr 2012 gesteigert, wenn auch gegenüber einem moderaten Vorjahr. Neben signifikanten positiven Währungseffekten verzeichnete Pigments & Cosmetics auch ein organisches Wachstum der Umsatzerlöse mit funktionalen Materialien für Kunststoff- und Druckanwendungen sowie insbesondere bei dem Geschäft mit Effektpigmenten der Xirallic®-Produktfamilie, die vornehmlich in Automobillacken zum Einsatz kommt. Im Vorjahr waren die Absätze mit Xirallic®-Pigmenten aufgrund von Lieferengpässen erheblich zurückgegangen. Grund hierfür war der temporäre Ausfall von Teilen der Produktion am Standort der Geschäftseinheit in Onahama (Japan) als Folge eines der stärksten dort jemals verzeichneten Erdbeben. Zur Erhöhung der künftigen Liefersicherheit etablierte die Geschäftseinheit daraufhin einen zweiten, unabhängigen Produktionsstandort für Xirallic®-Pigmente in Deutschland, der 2012 die Produktion aufgenommen hat. Im Berichtszeitraum konnten die im Vorjahr eingebüßten Umsatzerlöse in diesem Segment wieder zurückgewonnen werden. Demgegenüber war die Entwicklung in der Automobilindustrie vor allem ab der zweiten Jahreshälfte 2012 geprägt von zunehmend verhalteneren Aussagen zur kurzfristigen Absatzprognose.

Anlagenabgänge wirkten sich im Jahr 2012 nur unwesentlich auf die Entwicklung der Sparte aus. So verringerte der im Februar 2012 kommunizierte Verkauf des Geschäfts mit Elektrolyten für Hochleistungsbatterien an BASF die Umsatzerlöse um lediglich 0,1%.

Performance Materials | Kennzahlen

in Mio €	2012	2011	Veränderung in %
Gesamterlöse	1.675,6	1.467,4	14,2
Umsatzerlöse	1.674,2	1.464,7	14,3
Operatives Ergebnis (EBIT)	598,5	691,0	-13,4
Marge (in % vom Umsatz)	35,7	47,2	-
EBITDA	723,4	801,1	-9,7
Marge (in % vom Umsatz)	43,2	54,7	-
EBITDA vor Sondereinflüssen	730,7	682,7	7,0
Marge (in % vom Umsatz)	43,6	46,6	-

→ Performance Materials

Bruttomarge gedämpft durch Maßnahmen zur Vorratsoptimierung und Preiskonzessionen

Das Bruttoergebnis von Performance Materials verbesserte sich im Jahr 2012 um 9,6% auf 959 Mio € (2011: 875 Mio €) und blieb damit hinter dem Anstieg der Umsatzerlöse zurück. Entsprechend verringerte sich die Bruttomarge auf 57,3% (2011: 59,8%). Hierfür waren mehrere Effekte verantwortlich: Zum einen führten höhere Absatzmengen sowie Unterauslastungen in der Produktion als Folge des Abbaus von Lagerbeständen zu einem Anstieg der Produktionskosten um 21,0% auf 716 Mio € (2011: 592 Mio €). Darüber hinaus wirkten sich Preiskonzessionen als Folge der höheren Absatzmengen nachteilig auf die Bruttomarge aus.

Die Marketing-, Vertriebs- und Verwaltungskosten (einschließlich Lizenz- und Provisionsaufwendungen sowie sonstiger betrieblicher Aufwendungen/Erträge) erhöhten sich im Berichtszeitraum um 179 Mio € auf 219 Mio € (2011: 40 Mio €), ein Anstieg um mehr als das Vierfache. Diese Entwicklung ist auf das sehr geringe Vergleichsniveau des Vorjahres zurückzuführen, das einen sonstigen betrieblichen Ertrag in Höhe von 157 Mio € aus dem Verkauf des CropBioscience-Geschäfts an Novozymes enthält. Ferner wurde im Jahr 2012 erstmals ein sonstiger betrieblicher Aufwand in Höhe von 26 Mio € im Zusammenhang mit dem Effizienzsteigerungsprogramm ausgewiesen. Neben der Verschlinkung der Organisationsstruktur hat sich die Sparte hier zum Ziel gesetzt, den bestehenden Produktionsverbund zu optimieren. In Summe stand im Jahr 2012 ein sonstiger betrieblicher Aufwand in Höhe von 39 Mio € einem sonstigen betrieblichen Ertrag im Vorjahr in Höhe von 127 Mio € gegenüber. Der Anstieg der Marketing- und Vertriebskosten sowie der Verwaltungskosten blieb hingegen mit 7,9% bzw. 6,4% deutlich unter dem Wachstum der Umsatzerlöse.

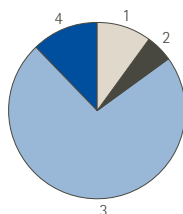
Ungebrochen hoher F&E-Aufwand dokumentiert Führungsanspruch bei LC-Materialien

Gleiches gilt auch für die Kosten für F&E, die einen Zuwachs um 3,5% auf 137 Mio € verzeichneten (2011: 133 Mio €). Dieses anhaltend hohe Niveau von 8,2% der Umsatzerlöse (2011: 9,1%) ist Ausdruck der nachhaltigen Innovationsstrategie der Sparte vor allem in der Geschäftseinheit Liquid Crystals. Auch künftig will Merck seine führende Marktposition bei Flüssigkristall-Materialien durch fortlaufende Verbesserungen bestehender sowie der Entwicklung neuer Produkte behaupten.

Die zuvor beschriebenen Sondereinflüsse wirkten sich ebenfalls signifikant auf das operative Ergebnis von Performance Materials aus. So ging das EBIT um 13,4% auf 599 Mio € (2011: 691 Mio €) und das EBITDA um 9,7% auf 723 Mio € (2011: 801 Mio €) zurück. Bereinigt um die Sondereinflüsse erhöhte sich hingegen das EBITDA vor Sondereinflüssen um 7,0% auf 731 Mio € (2011: 683 Mio €), was einem Anteil von 43,6% an den Umsatzerlösen entspricht (2011: 46,6%).

Performance Materials | Umsatzerlöse nach Regionen – 2012

in Mio € / in % der Spartenumsätze



1 Europa	160	10 %
2 Nordamerika	90	5 %
3 Emerging Markets	1.218	73 %
4 Region Übrige Welt	206	12 %

China neu mit dritthöchstem Beitrag zu den Umsatzerlösen

Auf geografischer Ebene erzielten die Emerging Markets mit einem organischen Wachstum von 13,9% im Jahr 2012 mit 1.218 Mio € (2011: 998 Mio €) 73% der Umsatzerlöse der Sparte Performance Materials. Dies verdeutlicht die hohe Konzentration der Kundenbasis für Flüssigkristalle in Asien. Getrieben wurde der Zuwachs unter anderem von der starken Nachfrage der aufstrebenden Flachbildschirmindustrie in China. So konnte die Sparte den Absatz von Flüssigkristallen dorthin mehr als verdoppeln. Damit hat China gemessen an den

→ Performance Materials

Effektpigmentengeschäft belastet von schwachem wirtschaftlichen Umfeld in Europa

Umsatzerlösen erstmals Japan als drittgrößten Einzelmarkt für Performance Materials – nach Südkorea und Taiwan – verdrängt. Verantwortlich für den rückläufigen Anteil der Umsatzerlöse in Japan – die in der Region Übrige Welt ausgewiesen werden – war ein schwieriges Marktumfeld der dortigen Bildschirm- und Elektronikindustrie im Jahr 2012. Als Folge davon gingen die Umsatzerlöse von Performance Materials in der Region Übrige Welt organisch um 15,2 % auf 206 Mio € zurück (2011: 226 Mio €) und machten damit 12 % der Umsatzerlöse der Sparte aus.

In den Regionen Europa und Nordamerika generiert Performance Materials Umsatzerlöse nahezu ausschließlich mit Produkten der Geschäftseinheit Pigments & Cosmetics. Im Jahr 2012 gingen dabei in Europa die Umsatzerlöse als Folge der anhaltenden Schwäche der Automobilindustrie sowie einer rückläufigen Nachfrage aus der Kosmetikbranche organisch um 4,2 % auf 160 Mio € (2011: 167 Mio €) bzw. 10 % der Umsatzerlöse der Sparte zurück. Demgegenüber verzeichneten die Umsatzerlöse in der Region Nordamerika mit einem organischen Anstieg um 13,7 % auf 89 Mio € (2011: 74 Mio €) eine ähnlich hohe Wachstumsrate wie die Emerging Markets. Treiber war hier vor allem das Geschäft mit Xirallic®-Pigmenten, die in Automobillacken eingesetzt werden. Auch war in Nordamerika eine rege Nachfrage nach den Kosmetikwirkstoffen der Sparte zu verzeichnen.

Performance Materials | Komponenten des Umsatzwachstums nach Regionen – 2012

<i>in Mio €/Veränderung in %</i>	Umsatzerlöse	Organisches Wachstum	Währungseffekte	Akquisitionen/Veräußerungen	Umsatzwachstum
Europa	160,3	-4,2	0,3	-	-3,9
Nordamerika	89,5	13,7	8,7	-1,5	20,9
Emerging Markets	1.218,3	13,9	8,2	-	22,1
Region Übrige Welt	206,1	-15,2	6,3	-	-8,9
Weltweit	1.674,2	7,4	7,0	-0,1	14,3

Kooperation mit Epson zur Entwicklung kosteneffizienter Produktionsverfahren für OLED-Displays

Im Oktober 2012 kündigten Merck und Seiko Epson Corporation eine Kooperations- und Lizenzvereinbarung zur Herstellung von Displays auf Basis organischer Leuchtdioden (OLED) unter Verwendung der Tintenstrahltechnik an. Ziel dieser Zusammenarbeit ist es, OLED als Alternativtechnologie zu LCD für die Herstellung von Flachbildschirmen zu entwickeln. Derzeit wird die OLED-Technologie nahezu ausschließlich in kleinen Displays wie beispielsweise Smartphones verwendet. Laut Vereinbarung wird Epson Tintentechnologien bereitstellen, mit der sich die OLED-Materialien von Merck auflösen und dadurch für die Herstellung druckbarer Displays verwenden lassen. Derzeit basiert die Massenherstellung von OLED-Displays auf unlöslichen OLED-Materialien, die mithilfe einer aufwendigen Gasphasenabscheidung (CVD) und unter Verwendung von Maskentechnologien aufgedampft werden. Dieses Verfahren weist naturgemäß jedoch eine deutlich eingeschränkte Produktionsausbeute auf. Die erfolgreiche Entwicklung einer druckbaren OLED-Technologie könnte den Weg hin zu einer kosteneffizienten Produktion großflächiger OLED-Displays, insbesondere für Fernsehgeräte, ebnen.