



Unsere Marke – unsere Werte

Geschäftsbericht 2011

Kennzahlen (IFRS)

		2007	2008	2009	2010	2011	Veränderung in %
Gesamtumsatz	TEUR	346.016	410.262	433.210	483.967	477.760	-1,3
Nord-/Lateinamerika	%	43,6	41,9	42,0	41,7	37,4	
Europa	%	39,5	41,0	38,0	36,9	38,7	
Asien/Pazifik/Afrika	%	16,9	17,1	20,0	21,4	23,9	
Operatives Ergebnis	TEUR	65.829	71.683	77.934	93.594	96.444	3,0
Operatives Ergebnis	%	19,0	17,5	18,0	19,4	20,2	
EBIT	TEUR	62.506	71.906	72.163	85.960	91.038	5,9
EBIT-Marge	%	18,1	17,5	16,7	17,8	19,1	
Jahresüberschuss ¹	TEUR	39.142	45.706	49.097	59.307	61.887	4,4
Jahresüberschuss ¹	%	11,3	11,1	11,3	12,3	13,0	
Cashflow	TEUR	60.913	62.771	69.810	79.507	74.974	-4,2
Eigenkapitalquote ¹	%	53,7	49,1	55,3	58,0	60,6	
Bilanzsumme	TEUR	363.818	372.747	396.632	471.882	530.528	12,1
Aufwand für Forschung und Entwicklung	TEUR	19.861	24.123	23.876	23.950	24.838	3,7
Gewinn pro Aktie	EUR	0,71	0,85	0,94	1,14	1,20	5,3
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt		2.036	2.448	2.490	2.575	2.585	0,4

¹ Inkl. nicht beherrschender Anteile.

Profil

Liquid Handling, Cell Handling und Sample Handling – Eppendorf ist ein Unternehmen der Life Sciences und entwickelt, produziert und vertreibt Systeme für den Einsatz in Laboren weltweit. Das Produktangebot umfasst z. B. Pipetten und Pipettierautomaten, Dispenser, Zentrifugen und Mischer sowie Verbrauchsartikel wie Reaktionsgefäße und Pipettenspitzen. Darüber hinaus bietet Eppendorf Ultra-Tiefkühlgeräte, Fermentoren und Bioreaktoren, CO₂-Inkubatoren, Schüttler, Geräte zur DNA-Vervielfältigung, Spektrometer sowie Systeme zur Zellmanipulation an.

Die Erzeugnisse von Eppendorf werden in akademischen oder industriellen Forschungslaboren, z. B. in Unternehmen der Pharma- und Biotech- sowie Chemie- und Lebensmittelindustrie, eingesetzt. Aber auch in klinischen oder umweltanalytischen Laboratorien, in der Forensik und in industriellen Laboren der Prozessanalyse, Produktion und Qualitätssicherung werden die Produkte von Eppendorf verwendet.

@ Verweis zur Website

i Weiterführende Informationen



Gewehrte Damen und Herren,

das vergangene Jahr war geprägt durch zahlreiche Veränderungen. Dazu gehörten der weitere Ausbau unserer Vertriebspräsenz, ein Projekt zur Schärfung unseres Markenprofils und die Bündelung unserer operativen Tätigkeiten in den USA an einem Standort. Gleichzeitig mussten wir eine deutliche Abschwächung des Marktwachstums vor allem in Europa und den USA erfahren, die auch uns nicht verschont hat. Hintergrund sind vor allem die Einsparungen im Pharmasektor und die Finanzierungsengpässe des öffentlichen Sektors, in dem wir als Premiummarke traditionell überproportional stark vertreten sind. Vor diesem Hintergrund ist unser erzielt Wachstum von währungs- und portfoliobereinigt 4,6 Prozent ein großer Erfolg. Und wir gehen davon aus, dass die Kürzungen in diesen Bereichen nur vorübergehend sind. Die Life Sciences bleiben einer der wichtigsten Forschungs- und Investitionsbereiche nicht nur in reifen Volkswirtschaften. Unsere Wachstumsziele gelten unverändert.

Zur Unterstützung unseres Wachstums haben wir eine Reihe weiterer Initiativen gestartet. Dazu gehören verstärkte Marketing-Anstrengungen auch in angewandten Feldern wie der Chemie- oder Lebensmittelindustrie und die bessere Internet-Präsenz. Nach Ablauf des Geschäftsjahres 2011 konnten wir darüber hinaus die Jülicher DASGIP AG, Marktführer bei Parallelen Bioreaktorsystemen, übernehmen, die unsere Position nicht nur in diesem Segment stärken wird.

Schlüsselfaktor für unseren Erfolg bleiben jedoch unsere Mitarbeiter, unsere erstklassigen Produkte und die weltweit einheitliche und richtige Positionierung unserer Marke. Was wir mit der Schärfung des Markenprofils meinen, versuchen wir auf den folgenden Seiten verständlich zu machen.

Herzlichst Ihr

D. Ehlers

Dr. Dirk Ehlers
Vorstandsvorsitzender

Eppendorf-Kernkompetenzen im Life-Science-Labor

LIQUID HANDLING



Manuelle Pipetten



Elektronische Pipetten



Pipettenspitzen



Automatische Pipettiersysteme

CELL HANDLING



CO₂-Inkubatoren



Biologische Schüttler



Mikromanipulatoren



Mikroinjektoren

SAMPLE HANDLING



Zentrifugen



Mixer



PCR-Geräte



Ultra-Tiefkühlgeräte

Industrielle Forschung und Anwendung

- Neue Wirkstoffe und Therapien
- Neue Diagnosemethoden
- Neue Chemikalien und Lebensmitteltechnologien
- Neue Agrar- und Umwelttechnologien

Akademische Forschung

- Erweiterung der wissenschaftlichen Basis für Grundlagenforschung und biologische/chemische Anwendungen



Dispenser



Combitips®



Flaschenaufsatz-Dispenser



Mikrokapillaren



Elektroporatoren



Fermenter/Bioreaktoren



Spektrometer



PCR- und Deepwell-Platten



Reaktionsgefäße

epServices
for premium performance

- **Applikations-Support**
Unsere Spezialisten unterstützen Sie gerne.
- **Technischer Support**
Kontaktieren Sie Ihren lokalen technischen Support.
- **Qualität und Regulatory Support**
Fragen zur Qualität oder zu behördlichen Angelegenheiten.
- **Training**
Erweitern Sie Ihr Wissen und Ihre Qualifikation.
- **Installations- und Betriebsqualifizierung (IQ/OQ)**
Zur Vorbereitung Ihrer Audits.
- **Vorbeugende Wartung**
Erhalten Sie Ihre Instrumente in bestem Zustand.
- **Kalibrierung und Validierung**
Zur Sicherstellung der Präzision und Richtigkeit Ihrer Instrumente.



Gesundheitswesen und staatliche Laboratorien

- Zuverlässige Diagnostik
- Effiziente Prüfung und Kontrolle
- Forensischer Spurennachweis

Management

Heinz Gerhard Köhn
Vorstand Forschung und
Entwicklung, Produktion |
Diplom-Chemiker | Dr. rer. nat.



Detmar Ammermann
Vorstand Finanzen und
Controlling | Diplom-Kaufmann

Dirk Ehlers
Vorstandsvorsitzender |
Diplom-Physiker | Dr. rer. nat.

Michael Schroeder
Vorstand Marketing und Vertrieb |
Diplom-Agrarbiologe | Dr. sc. agr.



Mehr Stringenz und Klarheit

Produkte der Marke Eppendorf erfreuen sich in den Life-Science-Laboren auf der ganzen Welt großer Bekanntheit und Beliebtheit. Das soll auch in Zukunft so bleiben. Daher wird das Markenprofil von Eppendorf zurzeit geschärft, sagt Dr. Dirk Ehlers, der Vorsitzende des Vorstands, im Gespräch ...

Herr Dr. Ehlers, Eppendorf ist eine ausgesprochen starke Marke und auch eine Marke mit Tradition. Im vergangenen Jahr wurde trotzdem ein Branding-Projekt in die Wege geleitet. Warum? Welche Ziele verfolgt das Unternehmen damit?

Die Marke Eppendorf ist über viele Jahre aufgebaut worden. Und dies passierte nicht immer systematisch. Das Bewusstsein, dass man eine Marke entwickeln und pflegen muss, hat sich im Laufe der Jahre ja auch erst entwickelt. Wie bekannt unsere Marke heute ist, konnten wir im vergangenen Jahr bei einer globalen Internet-Umfrage bestätigt bekommen. Sie gehört im Bereich Life Science zu den drei am häufigsten spontan genannten Marken. Das ist für uns auch deshalb wichtig, weil wir einen großen Teil unseres Umsatzes über den Fachhandel erzielen, wo die konkrete und bewusste Nachfrage des Kunden nach gerade unseren Produkten notwendig ist, und da hilft eine starke Marke ganz erheblich. Trotz der sehr guten Ausgangslage haben wir uns entschieden, ein Branding-Projekt aufzusetzen, um mehr Stringenz und Klarheit in der Kommunikation und eine einheitlichere Außenwahrnehmung zu erreichen – heute, aber auch langfristig und nachhaltig. Mit der heute noch getrennten Positionierung und Darstellung der New-Brunswick-Produkte haben wir natürlich noch ein besonderes Thema auf der Agenda.

Können Sie zu New Brunswick schon Einzelheiten nennen?

Nun, in den meisten Märkten ist die vertriebliche Integration inzwischen weitgehend abgeschlossen. Was die Markenführung angeht, müssen wir aber noch vereinheitlichen. Das heißt, wir wollen Eppendorf durchgängig als Dachmarke

nutzen, um unseren Premium-Anspruch auch nach außen darzustellen und die Dachmarke Eppendorf immer sichtbar zu machen. New Brunswick soll für die betroffenen Produktlinien als Teil der Produktnamen erhalten bleiben, aber nicht als eigenständige Marke.



Wir wissen sehr genau, wohin wir wollen.«

Die Überarbeitung der Markenführung braucht in der Regel Zeit. Welchen Rahmen haben Sie sich für die Arbeit gesetzt?

Wir haben im vergangenen Jahr erhebliche Vorarbeiten zur Markenschärfung und durchgängigeren Markenkommunikation geleistet. Wir wissen sehr genau, wohin wir wollen. Im Augenblick beschäftigen wir uns damit, die Gestaltung unserer Kommunikation schrittweise und entsprechend unserer überarbeiteten Corporate Identity umzustellen. Das wird etwa ein bis anderthalb Jahre in Anspruch nehmen. Für einige wenige Produkte und Medien kann es aber auch etwas länger dauern.

In den Diskussionen zum Branding-Prozess fallen immer wieder drei Begriffe: Markenkern, Positionierung und Differenzierung. Welche Bedeutung haben diese Stichworte für das Unternehmen?

Diese drei Elemente zusammen beschreiben relativ gut das Markenprofil von Eppendorf. Der Markenkern ist die



Basis, auf der aufbauend sich unser Unternehmen differenzieren und im Wettbewerb positionieren kann. Kern, Positionierung und Differenzierung zusammen bilden die Markenplattform. Wenn die nicht klar formuliert ist, wird eine Organisation nie mit einer Stimme reden können. Das Profil der Marke wird unscharf und vom Kunden nicht mehr verstanden.

Und wie sieht diese Plattform für Eppendorf jetzt aus?

Der Kern ist das, was uns antreibt, was unser Verhalten prägt und wie und mit welchen Zielen wir arbeiten. Erstens ist dies unsere Motivation, unseren Kunden **erstklassige Premiumprodukte** zu bieten. Zweitens ist unser Verhalten geprägt von **Glaubwürdigkeit**, die auf unserer Tradition und Unternehmenskultur, unserem Stil basiert und auf der Verpflichtung, den hohen Qualitätsanforderungen unserer Kunden gerecht zu werden. Und drittens ist es unser Anspruch, **ganzheitliche Lösungen** für den komplexen Laboralltag zu entwickeln und bereitzustellen. Kreative und anwendungsorientierte Systeme, die diffizile Laborprozesse vereinfachen und unseren Kunden die Arbeit erleichtern.

Wir glauben, dass wir unsere Differenzierung und Positionierung ganz gut mit dem Eppendorf-Markenziel zusammenfassen können: Wir wollen Experte und Ratgeber für Life-Science-Labore sein. Und wir streben danach, dass unsere Kunden sich immer auf uns verlassen und stolz sind, wenn sie unsere Produkte und Dienstleistungen nutzen.

Wie erreichen Sie das?

Ein sehr wichtiger Teil dieser Positionierung ist – neben vielem anderen – sicher auch, dass wir einen Support leisten, der außergewöhnlich ist und der dazu beiträgt, dass unsere Kunden vor dem Kauf das Gefühl und nach dem Kauf die Gewissheit haben, sich richtig entschieden zu haben. Dieser »peace of mind«, diese Gewissheit der richtigen Entscheidung, wird unterstützt durch die durchgängig



Wir wollen Experte und Ratgeber für Life-Science-Labore sein.«

erstklassige Qualität der Produkte, durch deren Beitrag zu zuverlässigen und reproduzierbaren Laborergebnissen und durch ein nicht aus der Mode kommendes Design. Einen Teil unserer Differenzierung erreichen wir auch dadurch, dass wir schon sehr früh Wert darauf gelegt haben, Produkte zu entwickeln, die einfach zu bedienen sind und die Ermüdung oder gesundheitliche Risiken in der Laborroutine reduzieren. Dazu zählt aber auch, dass wir uns um das Thema Nachhaltigkeit kümmern. Hohe Haltbarkeit und Energieeffizienz der Produkte sowie Nachhaltigkeit bei Verbrauchsmaterialien und Herstellungsprozessen werden immer wichtigere Kaufkriterien.



Kann man all das dem Kunden vor seiner Kaufentscheidung klarmachen?

Sicherlich nicht in voller Breite. Deshalb muss unsere Marke Orientierung bieten, sie muss so stark sein, dass auch der Kunde, der keinen detaillierten Produktvergleich anstellen kann oder will und der keinen direkten Kontakt zu unseren Mitarbeitern hat, weiß, was er mit Eppendorf als Premiummarke kauft. Er entscheidet sich für uns, weil er die Gewissheit hat, dass er damit gleichzeitig Sicherheit kauft: Er ist sich sicher, dass er sich nicht um Details kümmern muss. Er ist sich sicher, dass er den Ergebnissen, die unsere Produkte liefern, vertrauen kann. Er muss sich nicht fragen, ob das jeweilige Produkt wirklich das beste ist. Diese Sicherheit gibt ihm das, was wir »peace of mind« nennen, fast so etwas wie ein Urvertrauen in die Marke Eppendorf.

Wo sehen Sie die Verbindung zwischen der Marken-Positionierung und den drei Kompetenzfeldern – also Liquid Handling, Cell Handling und Sample Handling?

Diese Kernkompetenzen beschreiben das, was wir am besten können und worum sich unsere Lösungen drehen. Diese drei Begriffe – Liquid Handling, Cell Handling und Sample Handling – haben das Wort »Handling« gemeinsam, also Prozesse, die es in fast jedem Labor gibt, egal welche Art der Analysen dort die Arbeit ausmacht oder begleitet. An diesem Punkt sind wir sofort wieder bei unserem Markenkern: Wir liefern nicht nur Geräte, Verbrauchsmaterialien und Services, sondern wir vereinfachen damit komplexe Laborprozesse und erreichen so eine hohe Wirtschaftlichkeit für

unsere Kunden. Wir versuchen, unsere Produkte »zu Ende« zu denken. Dabei unterstützt die Portfoliobreite, die sich in den drei Kompetenzfeldern widerspiegelt, die Möglichkeit zu übergreifenden Optimierungen und unsere Glaubwürdigkeit, ein zuverlässiger Partner mit den richtigen Produkten für erstklassige Laborprozesse zu sein.



Diese Kernkompetenzen beschreiben das, was wir am besten können und worum sich unsere Lösungen drehen.«

Beim Thema Marke spielt doch sicher bei einem Unternehmen wie Eppendorf auch das sogenannte Employer Branding eine große Rolle. Eppendorf braucht exzellente Mitarbeiter in allen Bereichen – von der Produktentwicklung bis zum Service vor Ort. Was wird die kommenden Jahre in diesem Bereich prägen?

Die Qualität unserer Belegschaft und unsere Unternehmenskultur sind sicher etwas, was uns auszeichnet und was auch mir sofort auffiel, als ich zu Eppendorf kam. Unternehmenskultur ist nichts, was man kopieren kann, aber gleich-



Dr. Dirk Ehlers, Vorstandsvorsitzender der Eppendorf AG, erläutert das Branding-Projekt zur Schärfung des Markenprofils von Eppendorf

zeitig etwas, was lange braucht, um zu wachsen. Diese besondere Kultur und unser schon genannter, besonderer Zugang zu unseren Kunden zeichnen uns aus – keine Frage. Um nachhaltig unserem Anspruch gerecht zu werden, müssen wir immer die besten, aber auch die passendsten Mitarbeiter finden, und dabei hilft uns die Marke Eppendorf. Wir sprechen mit unserem Markenkern nicht nur unsere Kunden an, sondern auch unsere heutigen und zukünftigen Mitarbeiter. Im vergangenen Jahr haben wir die Aktualisierung unseres Arbeitgebermarkenprofils zuerst als getrenntes Projekt betrieben, das dann aber in die neue Formulierung unseres Markenkerns einfließt. Heute ist das Employer Branding ein integrierter Teil des konzernweiten Branding-Projektes.

» Wir konzentrieren uns auf das, was für den Kunden wirklich relevant ist.«

Zu Eppendorf gehört auch ein – im doppelten Wortsinn – »ausgezeichnetes« Design. Die Zahl der Preise für das gute Produktdesign wächst kontinuierlich. Welche Rolle spielt das Design für die Marke Eppendorf? Ist es mehr als eines von vielen Differenzierungsmerkmalen?

Design ist für Eppendorf und die Marke schon sehr, sehr lange wichtig – da haben wir viel richtig gemacht. Das soll

auch so bleiben, denn unsere Kunden sind oft auch stolz darauf, mit Eppendorf-Produkten arbeiten zu können, sich mit der Ästhetik unseres Designs umgeben zu dürfen.

Manche Kunden wollen sogar, dass ihre Peer Group, ihre Kollegen und Gäste, das auch sieht. Und dabei hilft es, dass unsere Produkte an ihrem Äußeren sofort erkennbar sind. Die angesprochenen Designpreise und Auszeichnungen sind natürlich eine schöne Bestätigung für unsere Design- und Entwicklungsteams.

Bleiben noch zwei weitere wichtige Punkte, die wohl den Erfolg der Marke Eppendorf erheblich beeinflussen: Die Produkte sind immer auf dem neuesten Stand der Technik und es gibt eine sehr enge Bindung an den Wissenschaftsbetrieb – weltweit. Stimmt diese Einschätzung?

Wir machen nicht jede technologische Möglichkeit und Mode mit. Wir konzentrieren uns auf das, was für den Kunden wirklich relevant ist, sozusagen auf die Gesamtabstimmung der realisierten technischen Lösungen. Wir versuchen immer herauszuarbeiten, wie unsere Kunden arbeiten und was sie für ihre Arbeit wirklich brauchen, und deswegen brauchen wir einen intensiven Austausch. Wir sammeln Ideen und priorisieren dann. Dabei helfen uns auch unser Wissenschaftlicher Beirat, unsere Forschungspreise und der damit verbundene Kontakt zu erfolgreichen Nachwuchsforschern, unsere Key Accounts und natürlich Kunden, die mit uns regelmäßig bei Feldtests oder Applikationsentwicklungen zusammenarbeiten.

Unsere Marke – unsere Werte

- > Qualität steht im Mittelpunkt. Unsere Produkte sind **erstklassig**: Sie sind zukunftsorientiert und von herausragender Qualität; sie setzen Standards.
- > Unser Verhalten ist **glaubwürdig**: Persönliche Beziehungen sind uns wichtig; wir handeln verbindlich, kompetent und aufgeschlossen.
- > Unser Anspruch und unsere Herangehensweise sind **ganzheitlich**: Wir erarbeiten interdisziplinäre, kreative und anwendungsorientierte Lösungen.

Inhalt

1	Vorwort
2	Management
4	Vorstandsinterview

8	Unsere Marke – unsere Werte
10	– erstklassig
14	– glaubwürdig
18	– ganzheitlich

22	Internationale Präsenz
24	Konzernlagebericht
32	Konzernabschluss
36	Bericht des Aufsichtsrats Organe und Gremien

Gut ist uns nicht gut genug

» Unsere Produkte müssen **erstklassig** sein, denn die Arbeit unserer Kunden erfordert höchstmögliche Qualität – ohne Kompromisse. Durch viele Innovationen haben wir in den vergangenen Jahrzehnten Industriestandards gesetzt, uns weltweit einen außergewöhnlich guten Ruf als kreativer Technologieführer erarbeitet und die Forschung erheblich gefördert. Dabei steht für uns die Qualität stets im Mittelpunkt. Deshalb ist Eppendorf die Premiummarke im Life-Science-Bereich – weltweit. «



Kompetenz im Cell Handling seit 30 Jahren ...

Es begann mit der erfolgreichen Mikroinjektion in Zellen. Das war in den 80er-Jahren. Was damals ganz vorsichtig und tastend begann, lässt sich aus dem heutigen Wissenschaftsalltag nicht mehr wegdenken – genauso wenig wie die Cell Handling-Produkte von Eppendorf. Mit der Über-

nahme von New Brunswick im Jahr 2007 und DASGIP im Januar 2012 hat Eppendorf seine Kompetenzen in diesem Bereich mit Schüttlern, Inkubatoren und Fermentern noch einmal erweitert.

Wir sorgen für exzellente Forschung

Als Premiumhersteller entwickelt Eppendorf seit Jahrzehnten erstklassige Lösungen für die Forschung von morgen. Unsere zukunftsorientierten Systeme bestehen aus qualitativ herausragenden Geräten und den dazugehörigen Verbrauchsartikeln, die in den höchsten Reinheitsstufen gefertigt werden. Zahlreiche Patente sind Ausdruck unseres Innovationspotenzials und zugleich Ansporn für unsere Entwicklerteams weltweit. So sorgen wir mit unseren Premiumprodukten dafür, dass unseren Kunden stets das perfekte Werkzeug für exzellente Forschungsergebnisse zur Verfügung steht.

Auf dem neuesten Stand

Nicht jede technologische Mode macht Sinn. Nur durch den intensiven Austausch mit unseren Kunden und Partnern sind wir in der Lage zu entscheiden, welche technischen Lösungen unsere Kunden für ihre zukünftige Arbeit benötigen. Hierbei hilft uns auch unser Wissenschaftlicher Beirat. Er besteht aus ausgesuchten und profilierten Wissenschaftlern, die die Bereiche Medizindiagnostik, analytische Biotechnologie, Stammzellforschung, Zellkulturtechnik, Ernährungsforschung und Industrie- und Umwelt-Biotechnologie abdecken. Engen Kontakt zur jungen Forschungsgemeinde halten wir durch die Ausschreibung zweier Forschungspreise: des Eppendorf Award for Young European Investigators und des Eppendorf & Science® Prize for Neurobiology. Diese intensive Bindung an den Wissenschaftsbetrieb stellt sicher, dass die Produkte von Eppendorf immer auf dem neuesten Stand der Technik sind.

@ www.eppendorf.com/prize
www.eppendorf.com/award

Immer einen Schritt voraus

»Der Eppendorf PiezoXpert® ist ein gutes Beispiel für unsere weltweite Technologieführerschaft in vielen Bereichen. Die Arbeitsweise des PiezoXpert lässt sich gut an der Anwendung an Maus-Eizellen verdeutlichen. Die Zellohülle der mikroskopisch kleinen Eizellen ist sehr elastisch und kann daher nicht ohne weiteres mit einer normalen Mikrokapillare durchstoßen werden. Der PiezoXpert durchdringt die Zellohülle mit schnellen Impulsen, ohne dabei die Zelle nachhaltig zu beschädigen. Das Besondere ist, dass die auf die Kapillare übertragene Bewegung primär nur in eine Richtung erfolgt und die Zellohülle so vor unnötig großen Verletzungen geschützt wird, die den Versuch negativ beeinflussen könnten.«

Dr. Heide Niesalla, Global Product Manager Cell Technology, Eppendorf AG





Spitzentechnologie in höchster Qualität
und in seiner Arbeitsweise ohne Konkurrenz:
der Eppendorf PiezoXpert®

Glaubwürdig und auf Augenhöhe

» Es gehört zur langen Geschichte unseres Unternehmens, dass wir als Experte und Ratgeber Wert auf persönliche Beziehungen zu unseren Kunden und Partnern legen. Beziehungen, die von Verbindlichkeit und Offenheit geprägt sind. Dass wir miteinander auf Augenhöhe umgehen und dass unsere Produkte und Services halten, was wir versprechen, das macht uns **glaubwürdig** und gibt unseren Kunden ein gutes Gefühl.«



Wegbereiter im Liquid Handling seit 50 Jahren ...

1961 brachte Eppendorf die weltweit erste Kolbenhubpipette auf den Markt. Heute reicht unsere Produktbreite im Liquid Handling von manuellen Pipetten über elektronische Pipetten, Dispenser und Büretten bis zu automatischen Pipettiersystemen. Neueste Technik, herausragende Ergonomie und

preisgekröntes Design sind Begriffe, die mit den Produkten von Eppendorf assoziiert werden. Dies gilt für die Geräte ebenso wie für die notwendigen Verbrauchsmaterialien wie Pipettenspitzen und Combitips®.

Wir sind immer für Sie da

Auch nach dem Kauf eines Eppendorf-Produktes lassen wir unsere Kunden nicht allein. Mit unserem umfassenden Support stehen wir ihnen als persönlicher Experte und Ratgeber jederzeit bei Fragen oder bei Schulungsbedarf zur Verfügung. Dafür sorgen neben unserem umfangreichen epServices-Programm auch unser Newsletter, unser Kundenmagazin BioNews und unsere Kunden-Hotline. Eppendorf-Kunden haben so die Gewissheit, sich immer auf uns verlassen zu können.

@ www.eppendorf.de/epservices
www.eppendorf.de/bionews
www.eppendorf.com/newsletter

Engagiert für ein lebenswertes Miteinander

Es gibt Dinge, die kann man nicht kaufen. Dazu gehört die Kultur eines Unternehmens. Eppendorf ist seit seiner Gründung dem Gedanken verpflichtet, die Lebensbedingungen der Menschen zu verbessern. Dies gilt im Hinblick auf unsere Kunden und ihre Forschung ebenso wie für unsere Mitarbeiter weltweit. Wir nennen das den »Eppendorf-Spirit«. Er ist spürbar von Anfang an und beschreibt den verbindlichen und aufgeschlossenen Umgang, das faire und kollegiale Miteinander, die Zusammenarbeit auf Augenhöhe und die Wertschätzung, die das Unternehmen seinen Mitarbeitern entgegenbringt.



Mit einem guten Gefühl

»Wir sind unter anderem auf die forensische Untersuchung von menschlicher DNA spezialisiert. Bei uns gibt es eine Menge zu tun: Im Monat arbeiten wir mit rund 6.000 verschiedenen Proben. Mit der epMotion® von Eppendorf schaffen wir unsere Arbeit, ohne dass uns die Hände vom Pipettieren weh tun. Aber das Wichtigste ist, dass wir mit einem guten Gefühl nach Haus gehen, weil wir uns auf die Qualität der Ergebnisse verlassen können. Das ist es, was ich »peace of mind« nenne.«

Nicole Bolin, Geschäftsführung, Chromosomal Labs • Bode Technology, Phoenix, Arizona (USA)

@ www.eppendorf.com/youtube



Die Pipetten von Eppendorf lösen ihr Premium-Markenversprechen ein: ein komfortables und in jeder Beziehung sicheres Arbeiten auf höchstem Niveau

Wir sehen das Ganze

» Wer im Life-Science-Bereich anwendungsorientierte Lösungen anbieten will, muss mitdenken. Nur so lassen sich die oft komplexen Prozesse vereinfachen. Wir bei Eppendorf sagen, dass unser gesammeltes Wissen und unsere Erfahrung dabei zwar wichtig sind, allein aber nicht ausreichen. Mit unserem ganzheitlichen Anspruch erarbeiten wir die interdisziplinären, kreativen und anwendungsorientierten Lösungen, für die wir so bekannt sind.«



Technologieführer im Sample Handling seit 60 Jahren ...

Schon frühzeitig setzten Eppendorf-Produkte in den unterschiedlichsten Laborbereichen Standards, an denen sich andere bis heute orientieren. Das Sample Handling beinhaltet viele verschiedene Arbeitsprozesse und -schritte: Zentrifugieren, Heizen, Kühlen, Mischen, Vervielfältigen

und Analysieren von Probenmaterial gehören dazu. Für jeden dieser Schritte bietet Eppendorf die dafür erforderlichen Geräte und Verbrauchsmaterialien an und gibt den Anwendern die Sicherheit höchster Qualität in ihrer Arbeit.

Wir bleiben im Gespräch

Eppendorf hält Kontakt zur Forschungsgemeinde weltweit. Dabei suchen wir den Austausch mit der Wissenschaft auf vielen verschiedenen Wegen. Neben der Beratung durch unseren Wissenschaftlichen Beirat gehört die Teilnahme an wichtigen internationalen Kongressen und Messen ebenso selbstverständlich dazu wie die vielen Schulungen für Anwender, die weltweit angeboten werden. Hinzu kommen die intensiven Gespräche unserer Außendienstmitarbeiter mit den Wissenschaftlern in den unterschiedlichsten Anwendungsfeldern, in denen entscheidendes Wissen über die Laborprozesse von heute und morgen gesammelt wird. Mit diesem Bewusstsein um die Erfordernisse unserer Kunden erarbeiten unsere Eppendorf-Teams dann die anwendungsorientierten Lösungen für die Forschung der Zukunft.

Mit Kreativität zu menschengerechten Lösungen

Anwenderfreundliche Premiumprodukte in anspruchsvollem Design, das ist das Ziel unserer Entwicklungsteams. Unsere smarten Lösungen befreien den Anwender nicht nur von eintöniger Routinearbeit und erhöhen die Effizienz im Labor: Wir wollen auch, dass unsere Kunden stolz darauf sind, mit Eppendorf-Produkten zu arbeiten. Daher legen wir großen Wert auf die Ästhetik unseres Designs. Zahlreiche Designpreise und Auszeichnungen für nutzer-gerechte Gestaltung sind uns eine schöne Bestätigung, dass wir mit unserem ganzheitlichen Ansatz unser Ziel erreicht haben.

An alles gedacht

Im vergangenen Jahr hat Eppendorf den Ueware-Preis der VDI/VDE-Gesellschaft Mess- und Automatisierungstechnik für hervorragende nutzergerechte Gestaltung von innovativer Technik gewonnen:

»Wir verleihen den Ueware-Preis an Unternehmen, die ihre Technik menschenfreundlich in Hard- und Software gestalten. Dabei steht nie ein einzelnes Produkt im Zentrum, sondern wir zeichnen nur ganze Produktfamilien aus. Die Eppendorf AG ist hier vorbildlich, weil ihre Laborgeräte durchgängig und konsequent für die Nutzer entwickelt werden. Dies ist besonders lobenswert in einem Umfeld, das sich durch komplexe Aufgaben auszeichnet, wie sie im Laborbetrieb zugegen sind.«

Prof. Dr. Detlef Zühlke, Wissenschaftlicher Direktor,
Deutsches Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz
DFKI GmbH und Vorsitzender der VDI/VDE-GMA
Ueware-Preis-Jury



Präzise, langlebig, formschön und so einfach zu bedienen, dass es sich mit anderen Eppendorf-Produkten den Useware-Preis verdient hat: das Eppendorf BioSpectrometer®



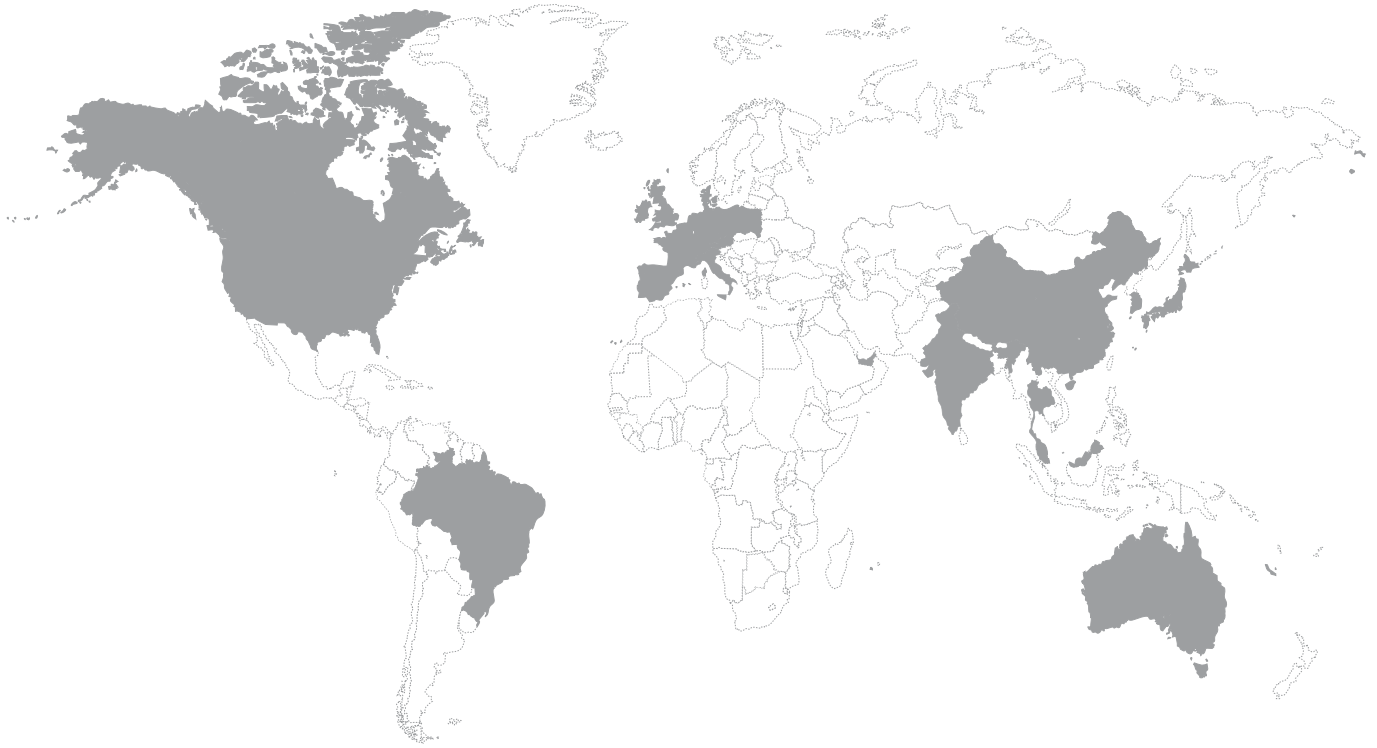
i Den Prospekt zum BioSpectrometer können Sie per Kennziffer 242 bei uns bestellen.

Internationale Präsenz

- Hauptsitz
- Services und Administration
- Vertriebsgesellschaften
- Centers of Excellence
- Kompetenzzentren

Europa

- **Eppendorf AG,**
Hamburg/Deutschland
- **Eppendorf Austria GmbH,**
Wien/Österreich
- **Eppendorf Belgium N.V.,**
Rotselaar/Belgien
- **Eppendorf Czech & Slovakia s.r.o.,**
Prag/Tschechische Republik
- **Eppendorf France S.A.S.,**
Paris/Frankreich
- **Eppendorf Ibérica S.L.U.,**
Madrid/Spanien
- **Eppendorf Nederland B.V.,**
Nimwegen/Niederlande
- **Eppendorf Nordic ApS,**
Kopenhagen/Dänemark
- **Eppendorf Poland Sp. z o.o.,**
Warschau/Polen
- **Eppendorf s.r.l.,**
Mailand/Italien
- **Eppendorf UK Ltd.,**
Cambridge/UK
- **Eppendorf Vertrieb Deutschland GmbH,**
Köln/Deutschland
- **Vaudaux-Eppendorf AG,**
Basel/Schweiz
- **DASGIP Information and Process Technology GmbH,**
Jülich/Deutschland
- **Eppendorf Array Technologies S.A.,**
Namur/Belgien
- **Eppendorf Instrumente GmbH,**
Hamburg/Deutschland
- **Eppendorf Liquid Handling GmbH,**
Hamburg/Deutschland
- **Eppendorf Polymere GmbH,**
Oldenburg in Holstein/Deutschland
- **Eppendorf Zentrifugen GmbH,**
Leipzig/Deutschland
- **New Brunswick Scientific England Ltd.,**
Tollesbury/UK
- **New Brunswick Scientific Scotland Ltd.,**
Irvine/UK



Amerika

- **Eppendorf Inc.,**
Enfield/USA
- **DASGIP Biotools, LLC,**
Shrewsbury/USA
- **Eppendorf Canada Ltd.,**
Toronto/Kanada
- **Eppendorf do Brasil Ltda.,**
São Paulo/Brasilien
- **Eppendorf North America, Inc.,**
Hauppauge/USA
- **USA Scientific, Inc.,**
Ocala/USA
- **New Brunswick Scientific Co., Inc.,**
Enfield/USA
- **Eppendorf Manufacturing Corp.,**
Enfield/USA

Asien/Pazifik

- **Eppendorf Asia Pacific Sdn. Bhd.,**
Kuala Lumpur/Malaysia
- **Eppendorf (Shanghai) International Trade Co., Ltd.,**
Shanghai/China
- **Eppendorf China Ltd.,**
Hongkong/China
- **Eppendorf Co., Ltd.,**
Tokio/Japan
- **Eppendorf India Ltd.,**
Chennai/Indien
- **Eppendorf Korea, Ltd.,**
Seoul/Südkorea
- **Eppendorf Middle East FZ-LLC,**
Dubai/Vereinigte Arabische Emirate
- **Eppendorf South Pacific Pty. Ltd.,**
Sydney/Australien
- **Eppendorf Thailand Co., Ltd.,**
Bangkok/Thailand

Konzernlagebericht

Wirtschaftliches Umfeld

Nach der konjunkturellen Erholung im Vorjahr fiel das Weltwirtschaftswachstum im Geschäftsjahr 2011 geringer aus. Beeinträchtigt wurde die Entwicklung durch das Erdbeben in Japan und den Ölpreisanstieg infolge der politischen Umbrüche im arabischen Raum. Die Diskussion um die europäische Schuldenkrise wirkte zusätzlich wachstumshemmend. Während in diesem Umfeld das Wachstum der Industrieländer zurückging, profitierten insbesondere die asiatischen Märkte von Kapitalzuflüssen und konnten weiter vergleichsweise hohe Zuwachsraten erzielen.

Insgesamt standen die Zuwächse in der Life-Science-Branche im Einklang mit der Weltwirtschaft. Die Wachstumsimpulse gingen vorwiegend vom industriellen Sektor aus, in dem das Investitionsvolumen im mittleren einstelligen Bereich stieg. Dagegen trugen der öffentliche Sektor des Euroraums und der USA aufgrund angespannter Haushaltslagen kaum zum Marktwachstum bei.

Auf das politische Geschehen reagierten auch die Finanzmärkte. Durch die sich ausweitende Staatsschuldenkrise unterlag der Euro zum Jahresende starken Abwertungstendenzen. Innerhalb der letzten zwei Monate wurde der Euro im Verhältnis zum US-Dollar um annähernd acht Prozent abgewertet. Nichtsdestotrotz liegt der Durchschnittskurs im Jahresvergleich noch um fünf Prozent über dem des Vorjahres.

Kursentwicklung



Geschäftsentwicklung

Der Eppendorf-Konzern war im Geschäftsjahr 2011 weiterhin erfolgreich. Trotz einer spürbaren Zurückhaltung im öffentlichen Forschungssektor konnten wir den Umsatz währungs- und portfoliobereinigt um 4,6 Prozent steigern.

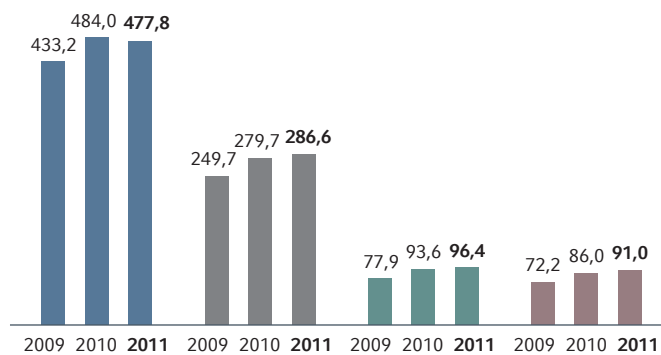
Erfreulich entwickelte sich das Geschäft in Asien. Hier konnten wir operativ erneut zweistellige Wachstumsraten erzielen. In Europa und Amerika verzeichneten wir währungs- und portfoliobereinigt dagegen nur leichtes Wachstum.

Zur Jahresmitte veräußerten wir in Nordamerika eine nicht zum Kerngeschäft gehörende Unternehmensbeteiligung. Hieraus resultiert ein Umsatzrückgang von 18,6 Millionen Euro.

Darüber hinaus prägte die Zusammenlegung zweier US-Standorte das vergangene Jahr. Im Zuge dieser Maßnahme investierten wir 13,4 Millionen Euro in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte. Die anlässlich des Umzugs entstandenen Kosten führten zu einer Ergebnisbelastung von 9,7 Millionen Euro.

Ergebniskennzahlen

in Mio. EUR



- Umsatz
- Bruttoergebnis vom Umsatz
- Operatives Ergebnis
- EBIT

Strategie

Die Marke Eppendorf überzeugt durch innovative und qualitativ hochwertige Produkte. In unseren Produktfeldern nehmen wir eine führende Rolle ein. Eine kontinuierliche Weiterentwicklung mit dem Fokus auf die wachstumsstarken und innovativen Bereiche der Life-Science-Märkte soll auch in Zukunft unsere starke Position am Weltmarkt garantieren. Strategische Schwerpunkte sind die stetige Erneuerung und Erweiterung des Produktportfolios, der konsequente Ausbau unserer Technologiekompetenzen und die Festigung unserer globalen Marktposition durch gezielte Investitionen in die Vertriebsstruktur. Dabei stellen die Bereiche Liquid Handling, Sample Handling und Cell Handling unsere Kernkompetenzen dar.

Zur Senkung des Währungsrisikos investieren wir in die Erweiterung der US-amerikanischen Produktionskapazitäten und erhöhen unsere Einkaufsaktivitäten im Dollarraum.

Ertragslage

Umsatzentwicklung

Währungs- und portfoliobereinigt erreichten wir im Berichtsjahr eine Umsatzsteigerung von 4,6 Prozent. Dabei waren die Zuwachsraten regional sehr unterschiedlich.

Den größten Zuwachs erzielten wir in der Region Asien/Pazifik/Afrika. Hier konnten wir den Umsatz um 10,3 Millionen Euro auf 114,0 Millionen Euro steigern. Dies entspricht einem Anstieg von knapp zehn Prozent. Währungsbereinigt liegt die Zuwachsrate bei 12,6 Prozent und ist damit erneut zweistellig. Nahezu ein Viertel unserer Umsätze tätigten wir mittlerweile in Asien. Der größte Anteil entfällt dabei auf China und Indien.

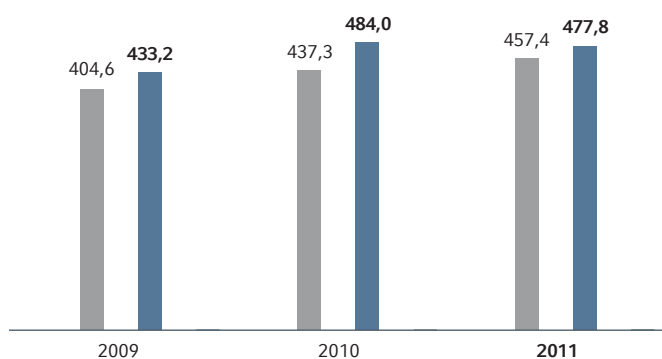
Die Kaufzurückhaltung des öffentlichen Forschungssektors ließ dagegen in Europa und Nordamerika nur ein vergleichsweise geringes Wachstum zu. Auf dem europäischen Markt erzielten wir einen Umsatzzuwachs von 3,6 (währungsbereinigt: 2,8) Prozent. Dies entspricht einem Anstieg um 6,4 Millionen Euro auf 184,9 Millionen Euro.

Aufgrund der Veräußerung einer Unternehmensbeteiligung in Nordamerika ging der Umsatz in dieser Region um 18,6 Millionen Euro zurück. Die fünfprozentige Dollarabwertung wirkte zudem umsatzmindernd. Bereinigt um diese Effekte erzielten wir ein Umsatzplus von 1,8 Prozent bzw. 2,9 Millionen Euro.

Insgesamt konnten wir die negativen Währungs- und Portfolioeffekte zu einem großen Teil durch organisches Wachstum kompensieren, sodass ein vergleichsweise geringer Umsatzrückgang von 1,3 Prozent verblieb.

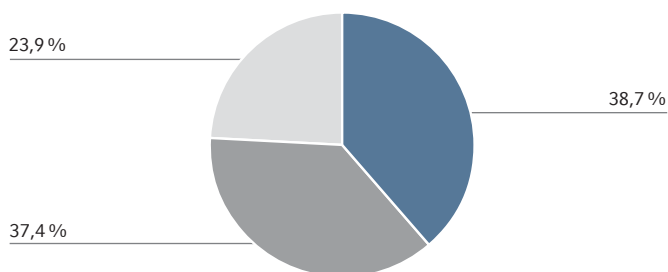
Entwicklung der Umsatzerlöse

in Mio. EUR



- Währungs- und portfoliobereinigt
- IFRS

Umsatz nach Regionen 2011



in Mio. EUR	2010	2011	%
● Europa	178,5	184,9	3,6
● Nord-/Lateinamerika	201,8	178,9	-11,3
● Asien/Pazifik/Afrika	103,7	114,0	9,9
Gesamt	484,0	477,8	-1,3

Ergebnisentwicklung

<i>in Mio. EUR</i>	2010	%	2011	%
Umsatzerlöse	484,0	100,0	477,8	100,0
Herstellungskosten	-204,3	-42,2	-191,2	-40,0
Bruttoergebnis vom Umsatz	279,7	57,8	286,6	60,0
Vertriebs- und Marketingkosten	-118,8	-24,6	-123,4	-25,8
Forschungs- und Entwicklungskosten	-24,0	-4,9	-24,9	-5,2
Allgemeine Verwaltungskosten	-43,3	-8,9	-41,9	-8,8
Operatives Ergebnis	93,6	19,4	96,4	20,2
Übrige Aufwendungen/Erträge	-7,6	-1,6	-5,4	-1,1
Betriebsergebnis (EBIT)	86,0	17,8	91,0	19,1

Das **Bruttoergebnis vom Umsatz** stieg um 2,5 Prozent auf 286,6 (Vorjahr: 279,7) Millionen Euro. Die entsprechende Bruttogewinnmarge verbesserten wir auf 60,0 (Vorjahr: 57,8) Prozent.

Globale Präsenz durch kundennahe Vertriebsorganisationen ist ein wesentlicher Garant für unsere positive Entwicklung. Insgesamt wendeten wir 123,4 (Vorjahr: 118,8) Millionen Euro für **Vertriebs- und Marketingaktivitäten** auf.

Innovationen sind der Treiber für zukünftiges Wachstum. Im Geschäftsjahr 2011 weiteten wir die Aufwendungen für **Forschung und Entwicklung** aus und investierten 24,9 (Vorjahr: 24,0) Millionen Euro in die Entwicklung neuer Produkte und die permanente Optimierung unseres bestehenden Produktportfolios.

Mit einem **operativen Ergebnis** von 96,4 Millionen Euro konnten wir die stetige Verbesserung der Profitabilität fortsetzen und die Umsatzrendite von 19,4 auf 20,2 Prozent steigern.

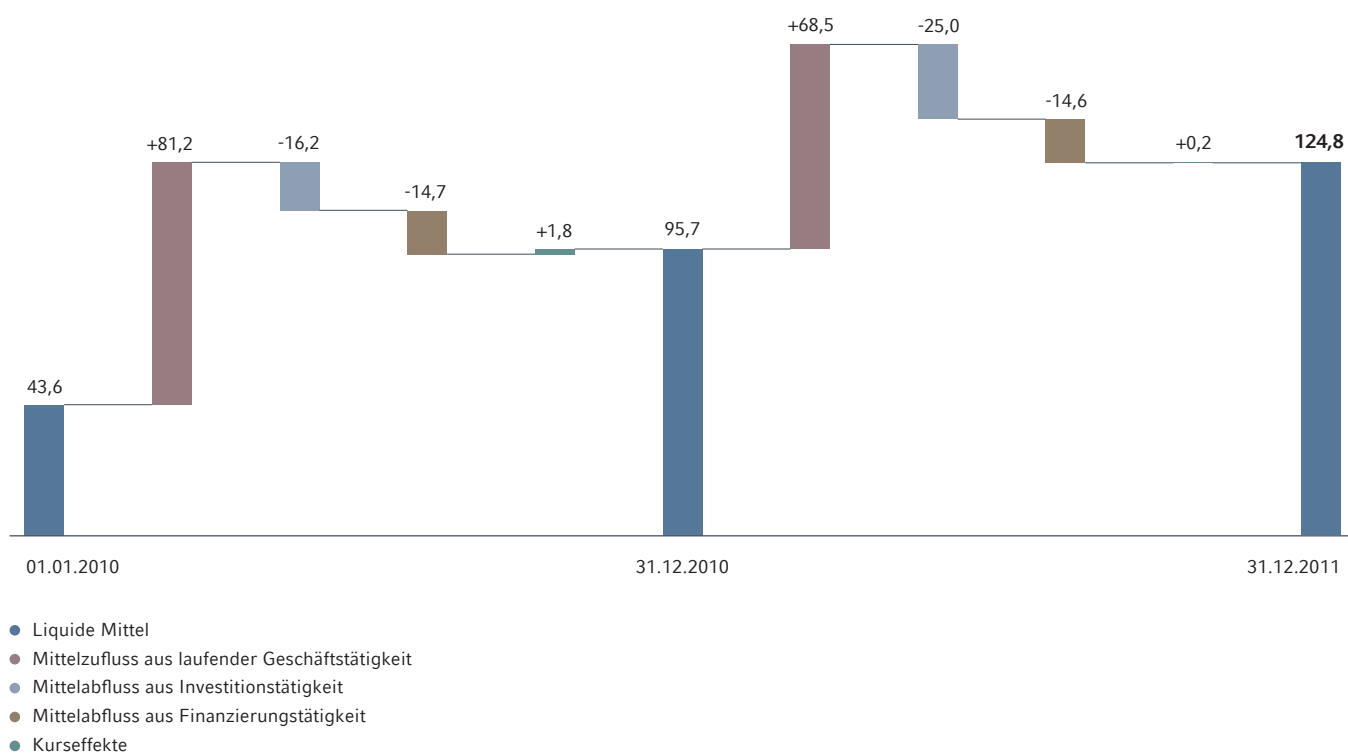
Die übrigen Aufwendungen/Erträge beinhalten im Wesentlichen einmalige Sonderaufwendungen im Zusammenhang mit der US-Restrukturierung in Höhe von 9,7 Millionen Euro und Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte aus Unternehmenskäufen in Höhe von 3,6 (Vorjahr: 3,7) Millionen Euro. Diese Aufwendungen wurden durch den Gewinn aus der Veräußerung einer nordamerikanischen Unternehmensbeteiligung und durch stichtagsbedingte Wechselkursgewinne zum Teil kompensiert.

Das **Betriebsergebnis (EBIT)** übertraf das Vorjahresergebnis um 5,8 Prozent und stieg um 5,0 Millionen Euro auf 91,0 Millionen Euro. Die EBIT-Marge konnte um weitere 1,3 Prozentpunkte verbessert werden und beträgt nunmehr 19,1 Prozent.

Finanzlage und Investitionen

Veränderung der liquiden Mittel 2010–2011

in Mio. EUR



Eine exzellente Liquidität und die hohe Innenfinanzierungskraft eröffnen Perspektiven für die Zukunft.

Der Brutto-Cashflow ging 2011 infolge der Zusammenlegung zweier US-Standorte und der durchschnittlichen US-Dollarabwertung auf 75,0 (Vorjahr: 79,5) Millionen Euro zurück. Der Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit (Netto-Cashflow) betrug 68,5 (Vorjahr: 81,2) Millionen Euro. Ausschlaggebend für den Rückgang in diesem Bereich war vor allem die gestiegene Mittelbindung im Umlaufvermögen.

Wir haben das vergangene Jahr dazu genutzt, intensiv in den Ausbau und die Modernisierung unserer Fertigungskapazitäten in den USA und Deutschland zu investieren. Allein 32,1 (Vorjahr: 15,7) Millionen Euro wendeten wir im Geschäftsjahr 2011 für die Anschaffung neuer Sachanlagen auf. Folglich erhöhte sich der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit um 8,8 Millionen Euro auf 25,0 (Vorjahr: 16,2) Millionen Euro.

Insgesamt konnte das Nettobankguthaben um 29,1 auf 124,8 (Vorjahr: 95,7) Millionen Euro erhöht werden.

Vermögens- und Kapitalstruktur

Vermögensstruktur

<i>in Mio. EUR</i>	2010	%	2011	%
Liquide Mittel	95,7	20,3	124,8	23,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	84,0	17,8	90,7	17,1
Vorräte	101,7	21,6	106,0	20,0
Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	76,5	16,2	92,5	17,4
Immaterielle Vermögenswerte aus Unternehmenskäufen und Firmenwerte	67,5	14,3	63,1	11,9
Anteile an assoziierten Unternehmen	3,6	0,8	3,6	0,7
Sonstige Aktiva	42,9	9,0	49,8	9,4
Aktiva	471,9	100,0	530,5	100,0

Bei der Analyse der Vermögens- und Kapitalstruktur sind die Kursverhältnisse zum jeweiligen Stichtag von Bedeutung. Insgesamt wurden die Aktiva ausländischer Tochterunternehmen infolge der Wechselkursentwicklungen um 8,8 Millionen Euro aufgewertet. Die Passiva stiegen hingegen nur um 1,7 Millionen Euro.

Das Net Working Capital stieg währungsbereinigt um 1,2 Millionen Euro.

In Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte investierten wir im Berichtsjahr 33,9 (Vorjahr: 17,5) Millionen Euro. Dabei trug der Ausbau unserer Fertigungskapazitäten in den USA und in Deutschland den überwiegenden Teil zum Anstieg des Investitionsvolumens bei. Die Abschreibungen beliefen sich auf 17,2 (Vorjahr: 18,3) Millionen Euro.

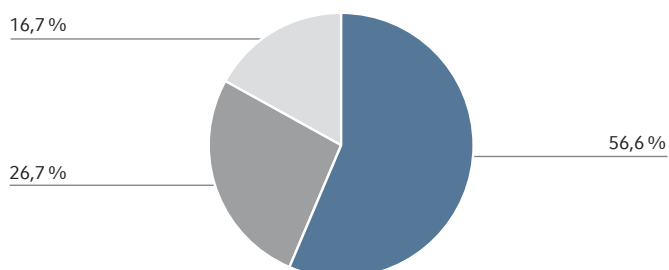
Die immateriellen Vermögenswerte aus Unternehmenskäufen betrafen mit 34,8 (Vorjahr: 35,7) Millionen Euro Firmenwerte und mit 28,3 (Vorjahr: 31,9) Millionen Euro erworbene Kundenstämme, Marken und Technologien.

Kapitalstruktur

<i>in Mio. EUR</i>	2010	%	2011	%
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	0,0	0,0	0,0	0,0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	17,7	3,8	18,3	3,5
Kurzfristige Rückstellungen	47,3	10,0	52,6	9,9
Rückstellungen für Pensionen	92,6	19,6	94,3	17,8
Sonstige Passiva	40,5	8,6	43,6	8,2
Eigenkapital	273,8	58,0	321,7	60,6
Passiva	471,9	100,0	530,5	100,0

Mitarbeiter

Mitarbeiter nach Regionen 2011
(Durchschnitt)

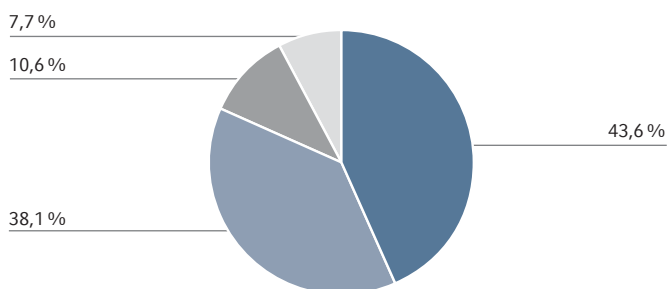


Anzahl (Durchschnitt)	2010	2011
● Europa	1.428	1.462
● Nord-/Lateinamerika	762	691
● Asien/Pazifik/Afrika	385	432
Summe	2.575	2.585

Eppendorf misst der Mitarbeiterentwicklung seit vielen Jahren besondere Bedeutung bei. Um den wachsenden Anforderungen in den Life Sciences gerecht zu werden, setzen wir neben Fortbildungs- und Schulungsprogrammen verstärkt auf den internationalen Austausch von Mitarbeitern.

Im Jahresdurchschnitt beschäftigte Eppendorf konzernweit 2.585 (Vorjahr: 2.575) Mitarbeiter.

Mitarbeiter nach Funktionen 2011
(Durchschnitt)



Anzahl (Durchschnitt)	2010	2011
● Vertrieb und Marketing	1.102	1.126
● Produktion	994	985
● Verwaltung	279	275
● Forschung und Entwicklung	200	199
Summe	2.575	2.585

Damit liegt die Beschäftigung leicht über Vorjahresniveau. Neue Arbeitsplätze sind vor allem in Europa und Asien geschaffen worden. Der Rückgang in der Region Nord- und Lateinamerika ergibt sich im Wesentlichen aus der Veräußerung einer nordamerikanischen Unternehmensbeteiligung.

In Deutschland waren im Geschäftsjahr durchschnittlich 1.024 (Vorjahr: 1.019) Mitarbeiter tätig.

Risikomanagement

Eppendorf ist neben allgemeinen Geschäftsrisiken speziellen Risiken ausgesetzt, die sich vorwiegend aus unserer internationalen Tätigkeit ergeben, im Bereich der Kunden liegen oder im Zusammenhang mit technologischen Entwicklungen und Produkten stehen.

Als weltweit tätiges Unternehmen mit hohem Exportanteil sind wir von Wechselkursrisiken betroffen. Umsatzwirksame Geschäfte werden zu einem nicht unerheblichen Teil in US-Dollar fakturiert. Das Wechselkursrisiko fängt Eppendorf zum Teil durch einen höheren Fertigungsanteil im Dollarraum auf. Fallweise tätigen wir Währungssicherungsgeschäfte.

Darüber hinaus können auch wirtschaftliche und politische Veränderungen in einzelnen Ländern die Ertragskraft des Unternehmens negativ beeinflussen. Das regional gegliederte Vertriebsmanagement analysiert daher länderspezifische Marktveränderungen und leitet im Bedarfsfall Maßnahmen ein. Zudem wirken Bonusysteme bei Händlern stabilisierend bzw. risikoausgleichend.

Unsere Kunden sind im Wesentlichen in der Life-Science-Forschung tätig. Kürzungen in den Budgets für Forschung und Entwicklung, Investitionen oder öffentliche und private Fördermittel haben unter Umständen negative Auswirkungen auf den Umsatz.

Bestandteil der Eppendorf-Strategie ist die kontinuierliche Markteinführung innovativer Produkte. Dabei werden häufig neue Technologien eingesetzt, für deren Anwendung nur begrenzte Erfahrungen vorliegen und die an der Grenze des technisch Machbaren liegen. Durch mangelnde Produktreife und -qualität entstehen möglicherweise Gewährleistungs- und Produkthaftungsverpflichtungen. Von Wettbewerbern neu eingeführte Technologien können die eigenen Verfahren unwirtschaftlich machen. Patente Dritter verzögern unter Umständen eigene Entwicklungen oder behindern Markteinführungen neuer Produkte. Um diese Risiken zu minimieren, hat Eppendorf ein umfassendes System der Qualitätssicherung und des Projektmanagements etabliert.

Besondere Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Eppendorf hat am 2. Januar 2012 die DASGIP-Gruppe, einen Technologieführer auf den Gebieten Bioprozess- und Informationstechnologie, erworben. DASGIP stellt qualitativ hochwertige Parallele Bioreaktorsysteme sowie innovative Steuerungs- und Analyse-Software her und ist damit eine strategisch wichtige Ergänzung für Eppendorf.

Ausblick

Globalwirtschaftlich sind die Voraussetzungen für die konjunkturelle Entwicklung im Jahr 2012 mit denen des Geschäftsjahres 2011 vergleichbar.

Das Institut für Weltwirtschaft prognostiziert bei leicht nachlassender Dynamik die stärksten Zuwachsraten für die aufstrebenden Märkte, beispielsweise China und Indien. Die Entwicklung des Euroraums wird insbesondere durch die anhaltende Schuldenkrise beeinträchtigt. Hier wird ein vergleichsweise geringes Wachstum angenommen. Für Nordamerika wird eine leichte, aber kontinuierliche Erholung erwartet.

Mit einer ähnlichen, jedoch tendenziell etwas freundlicheren Marktentwicklung rechnen wir für den Bereich der Life Sciences. Regional betrachtet können sich differenzierte Zuwachsraten ergeben.

Aufgrund unserer sehr guten Marktpositionierung sind wir zuversichtlich, unseren profitablen Wachstumskurs auch in den Jahren 2012 und 2013 fortsetzen zu können. Währungs- und portfoliobereinigt rechnen wir mit einem weiteren Anstieg von Umsatz und operativem Ergebnis.

Konzernabschluss nach IFRS

(Kurzfassung)

Die folgenden Informationen geben eine Übersicht über den von der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, Niederlassung Hamburg, geprüften und mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehenen Konzernabschluss nach IFRS.

Konzern-Bilanz

zum 31. Dezember 2011

Aktiva

<i>in TEUR</i>	2009	2010	2011
Liquide Mittel	43.634	95.651	124.761
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	73.487	84.038	90.654
Vorräte	91.881	101.729	106.035
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	8.622	8.850	12.422
Umlaufvermögen	217.624	290.268	333.872
Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	75.748	76.542	92.548
Firmenwerte und immaterielle Vermögenswerte aus Unternehmenskäufen	69.523	67.542	63.085
Anteile an assoziierten Unternehmen	362	3.627	3.647
Sonstige langfristige Vermögenswerte	6.318	3.441	3.066
Aktive latente Steuern	27.057	30.462	34.310
Langfristige Vermögenswerte	179.008	181.614	196.656
Aktiva	396.632	471.882	530.528

Passiva

<i>in TEUR</i>	2009	2010	2011
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	0	0	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	15.849	17.731	18.304
Rückstellungen für Ertragsteuern	9.231	10.899	11.938
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	36.459	47.299	52.564
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	8.402	11.983	14.763
Kurzfristige Verbindlichkeiten	69.941	87.912	97.569
Rückstellungen für Pensionen	88.851	92.612	94.350
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	1.012	1.029	1.136
Passive latente Steuern	17.392	16.533	15.785
Langfristige Verbindlichkeiten	107.255	110.174	111.271
Gezeichnetes Kapital	51.132	51.132	51.132
Andere Eigenkapitalposten	158.598	213.885	264.381
Nicht beherrschende Anteile	9.706	8.779	6.175
Eigenkapital	219.436	273.796	321.688
Passiva	396.632	471.882	530.528

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2011

<i>in TEUR</i>	2009	2010	2011
Umsatzerlöse	433.210	483.967	477.760
Herstellungskosten	-183.495	-204.296	-191.149
Bruttoergebnis vom Umsatz	249.715	279.671	286.611
Vertriebs- und Marketingkosten	-108.771	-118.834	-123.423
Forschungs- und Entwicklungskosten	-23.876	-23.950	-24.838
Allgemeine Verwaltungskosten	-39.134	-43.293	-41.906
Operatives Ergebnis	77.934	93.594	96.444
Sonstige betriebliche Ergebnisse	-2.188	-3.889	-1.853
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte aus Unternehmenskäufen	-3.583	-3.745	-3.553
Betriebsergebnis (EBIT)	72.163	85.960	91.038
Finanzergebnis	-62	174	455
Anteil am Ergebnis der assoziierten Unternehmen	34	137	140
Ergebnis vor Steuern	72.135	86.271	91.633
Ertragsteuern	-23.038	-26.964	-29.746
Jahresüberschuss	49.097	59.307	61.887
Davon entfallen auf			
Anteilseigner des Mutterunternehmens	47.817	58.100	61.257
Anteile anderer Gesellschafter	1.280	1.207	630

Konzern-Kapitalflussrechnung

für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2011

<i>in TEUR</i>	2009	2010	2011
Cashflow	69.810	79.507	74.974
Veränderung der kurzfristigen Aktiva und Passiva	1.966	1.718	-6.515
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	71.776	81.225	68.459
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-17.577	-16.223	-24.984
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-25.462	-14.732	-14.548
Wechselkursbedingte Änderung des Finanzmittelbestandes	38	1.747	183
Veränderung der liquiden Mittel	28.775	52.017	29.110
Liquide Mittel			
zu Beginn des Jahres	14.859	43.634	95.651
am Ende des Jahres	43.634	95.651	124.761

Bericht des Aufsichtsrats

Im Berichtsjahr hat der Vorstand der Eppendorf AG den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über den Gang der Geschäfte und über wichtige Geschäftsvorfälle informiert. Der Aufsichtsrat hat die Geschäftsführung kontinuierlich überwacht und den Vorstand beratend begleitet. Der Aufsichtsratsvorsitzende wurde laufend durch den Vorsitzenden des Vorstandes informiert und zu Zweifelsfragen oder weitreichenden Entscheidungen konsultiert. Der Aufsichtsrat befasste sich im abgelaufenen Geschäftsjahr in seinen Sitzungen schwerpunktmäßig mit der wirtschaftlichen Lage und dem Geschäftsverlauf der Unternehmensgruppe. Hierbei standen die Umsatzentwicklung und die Ergebnissituation der Gesellschaft und ihrer Beteiligungsgesellschaften im Vordergrund. Ferner wurden Entwicklungsprojekte, Investitionsvorhaben und andere Geschäftsvorgänge diskutiert, die für die Unternehmensgruppe von besonderer Bedeutung waren. Zustimmungspflichtige Geschäfte wurden eingehend geprüft und zwischen Aufsichtsrat und Vorstand erörtert. Im abgelaufenen Geschäftsjahr fanden fünf Aufsichtsratssitzungen statt.

Der Konzernabschluss wurde gemäß den International Financial Reporting Standards (IFRS) erstellt. Der von der Hauptversammlung gewählte und vom Aufsichtsrat beauftragte Abschlussprüfer, die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, hat ihn ebenso wie den Jahresabschluss der Eppendorf AG, den Lagebericht und den Konzernlagebericht geprüft und mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Jahresabschluss und Lagebericht, Konzernabschluss und Konzernlagebericht sowie die Prüfungsberichte des Abschlussprüfers haben allen Mitgliedern des Aufsichtsrats vorgelegen und wurden einschließlich der entsprechenden Berichte des Vorstandes besprochen.

Der Prüfungsausschuss hat im Jahr 2011 insbesondere den Jahresabschluss sowie die Zwischenabschlüsse analysiert und sich über die Arbeit der Innenrevision informiert. Detailliert geprüft hat der Prüfungsausschuss den Jahresabschluss, den Lagebericht sowie den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht der Eppendorf AG und dem Aufsichtsrat empfohlen, den Jahresabschluss und den Konzernabschluss zu billigen.

Der Abschlussprüfer hat den Aufsichtsrat über wesentliche Ergebnisse seiner Prüfung unterrichtet. Der Aufsichtsrat hat das Ergebnis der Prüfung des Abschlussprüfers und des Prüfungsausschusses zustimmend zur Kenntnis genommen und im Rahmen seiner eigenen Prüfung festgestellt, dass Einwendungen nicht zu erheben sind. Der Aufsichtsrat billigt den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss sowie den Konzernabschluss der Eppendorf AG. Der Jahresabschluss ist damit festgestellt. Ferner hat der Aufsichtsrat auch den Gewinnverwendungsvorschlag geprüft und sich diesem angeschlossen.

Unser besonderer Dank gilt Herrn Adrian Déteindre, der in den letzten drei Jahren den Aufsichtsrat erfolgreich als Vorsitzender leitete, sowie Herrn Prof. Rolf D. Schmid für dessen engagierte Mitarbeit als Mitglied des Aufsichtsrats. Herr Prof. Schmid ist mit Ablauf der Hauptversammlung am 29. April 2011 aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden.

Für ihre Leistungen und ihr Engagement im Geschäftsjahr 2011 spricht der Aufsichtsrat dem Vorstand und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Eppendorf-Gruppe im In- und Ausland seinen Dank und seine Anerkennung aus.

Hamburg, 29. März 2012



Klaus Fink
Aufsichtsratsvorsitzender

Organe und Gremien

Aufsichtsrat

Klaus Fink
Mitglied und Vorsitzender
ab 29. April 2011

Adrian Déteindre
Vorsitzender
bis 29. April 2011

Philipp von Loeper
Stellv. Vorsitzender

Hans Hinz

Marlis Kripke
Arbeitnehmervertreterin

Prof. Rolf D. Schmid
bis 29. April 2011

Peter Schmidt
Arbeitnehmervertreter

Vorstand

Dr. Dirk Ehlers
Vorsitzender
ab 29. April 2011

Klaus Fink
Mitglied und Vorsitzender
bis 29. April 2011

Detmar Ammermann

Dr. Heinz Gerhard Köhn

Dr. Michael Schroeder

Wissenschaftlicher Beirat

Prof. Rolf D. Schmid
Sprecher

Prof. Konrad Beyreuther

Prof. Cornelius Knabbe

Prof. Frieder W. Scheller

Stand: 31. Dezember 2011

Impressum

Konzeption, Text und Design:
Kirchhoff Consult AG, Hamburg

Dieser Bericht liegt auch in englischer Sprache vor.

AGB1139010

ClimatePartner^o
klimaneutral

Druck | ID: 53394-1204-1006

Combitips®, eppendorf®, Eppendorf BioSpectrometer®, Eppendorf Eporator®, Eppendorf PiezoXpert®, Eppendorf Reference®, Eppendorf Research plus®, Eppendorf Xplorer®, epMotion®, epService® (Design), InjectMan®, Mastercycler®, MixMate® und Multipette Xstream® sind eingetragene Marken der Eppendorf AG. New Brunswick und DASGIP sind Marken der Eppendorf AG. Galaxy® und Innova® sind eingetragene Marken der New Brunswick Scientific Inc., USA. Alle Rechte vorbehalten inkl. Bildern und Grafiken. Copyright © 2012 by Eppendorf AG.

