AGFA Agfa

| see more | do more |

Aktionärsbrief
Erstes Quartal 2004

Kennzahlen* erstes Quartal

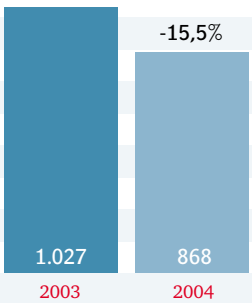
Mio. Euro	2004	2003	%
Umsatz	868	1.027	-15,5
Umsatz ohne Währungseffekt	919	1.027	-10,5
Operatives Ergebnis	46	85	-45,9
Umsatzrendite	5,3%	8,3%	
Finanzergebnis**	-15	-21	+28,6
Gewinn vor Ertragsteuern	31	64	-51,6
Ertragsteuern	-11	-25	-56,0
Konzerngewinn	20	39	-48,7
Operativer Brutto-Cashflow	54	98	-44,9
Operativer Netto-Cashflow***	11	89	-87,6

* nich testierte, konsolidierte Zahlen bewertet auf Basis IAS
** Finanzergebnis
*** Die Veränderungen im Working Capital entsprechen dem Unterschied zwischen dem operativen Brutto- und Netto-Cashflow

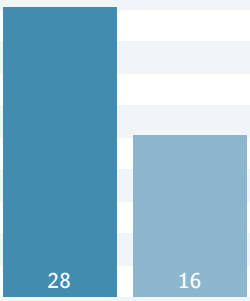
Belebung nach einem schwachen Start

- **Stärkerer März nach schwachem Januar und Februar**
- **Programm zur Kosteneinsparung trägt weiter Früchte**
- **Consumer Imaging soll als gesonderte Einheit betrieben werden**

Umsatz erstes Quartal
Mio. Euro



Gewinn pro Aktie erstes Quartal
Eurocent



Umsatz und Ergebnis für das erste Quartal wurden durch einen schwachen Start in den ersten beiden Monaten geprägt, während der März von einer deutlichen Verbesserung gekennzeichnet war. Die Umsätze im April bestätigen diesen ermutigenden Trend.

Im ersten Quartal 2004 belief sich der Umsatz auf 868 Millionen Euro, dies entspricht einem Rückgang von 15,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Ohne die Effekte durch den Verkauf von Non-Destructive Testing und die Stärke des Euro lag der Rückgang bei 6,8 Prozent. Bei einem ausgesprochen schwachen Jahresbeginn erholte sich der Umsatz im März deutlich in allen Geschäftsbereichen.

Trotz des verminderten Umsatzes so wie der belastenden Währungseinflüsse und der höheren Rohstoffpreise blieb die Bruttogewinnmarge auf dem hohen Niveau von 42,4 Prozent, was eine erhebliche Verbesserung gegenüber dem vorhergehenden Quartal darstellt. Dies erklärt sich mit den fortdauernden Aktivitäten zur Verbesserung der Effizienz in der Produktion.
Der Bruttogewinn betrug 368 Millionen Euro gegenüber 451 Millionen Euro im Vorjahreszeitraum.

Agfas Initiativen zur Kostensenkung tragen weiter Früchte. Die Vertriebs- und Verwaltungskosten fielen um 11,4 Prozent. Für Forschung und Entwicklung wurden 12,1 Prozent weniger ausgegeben, hauptsächlich wegen des starken Rückgangs bei Consumer Imaging, wo mit der Markteinführung des digitalen Minilabs d-lab.1 und des digitalen Großlaborsystems d-ws die Arbeiten an diesen Schlüsselprodukten im Bereich Laborgeräte weitgehend abgeschlossen wurden.

Restrukturierungskosten und einmaliger Aufwand blieben mit 8 Millionen Euro stabil. Andere operative Ausgaben gingen von 27 Millionen Euro auf 21 Millionen Euro zurück.

Das operative Ergebnis der Gruppe belief sich auf 46 Millionen Euro gegenüber 85 Millionen Euro im ersten Quartal 2003. Die Umsatzrendite erreichte 5,3 Prozent nach 8,3 Prozent im ersten Quartal des Vorjahres.

Das Finanzergebnis, darunter die Zinsen, verbesserte sich aufgrund verringerter Finanzschulden und vorteilhafter Wechselkursveränderungen von minus 21 Millionen Euro auf minus 15 Millionen Euro.

Der Vorsteuergewinn erreichte 31 Million Euro (Vorjahr: 64 Millionen Euro). Die Steuern beliefen sich auf 11 Millionen Euro, woraus ein Nettoergebnis von 20 Millionen Euro resultierte. Der Gewinn

Kennzahlen Graphic Systems erstes Quartal

Mio. Euro	2004	2003	%
Umsatz	386	417	-7,4
Umsatz ohne Währungseffekt	407	417	-2,4
Operatives Ergebnis	20,9	33,9	-38,3
Umsatzrendite	5,4%	8,1%	

Kennzahlen HealthCare erstes Quartal

Mio. Euro	2004	2003	%
Umsatz	292	339	-13,9
Umsatz ohne Währungseffekt	313	339	-7,7
Operatives Ergebnis	36,4	66,7	-45,4
Umsatzrendite	12,5%	19,7%	

pro Aktie lag bei 16 Eurocent gegenüber 28 Eurocent im ersten Quartal 2003.

Bilanz

Ende März betrug die Summe der Aktiva 3.551 Million Euro gegenüber 3.839 Millionen Euro Ende 2003. Dieser Rückgang von 288 Millionen Euro erklärt sich aus der Tatsache, dass mit den Erträgen aus dem Verkauf von Non-Destructive Testing, der kurz vor Jahresende abgeschlossen wurde, Finanzschulden abgetragen wurden.

Saisonale Einflüsse ließen die Bestände auf 863 Millionen Euro steigen, das ist mehr als Ende 2003. Verglichen mit der Vorjahresperiode fielen die Bestände um 139 Millionen Euro, bedingt durch Währungseinflüsse und die Maßnahmen zur Verminderung der Vorräte. Die Außenstände beliefen sich auf 814 Millionen Euro. Agfa hat mehrere Projekte gestartet, um bis Ende 2005 das Working Capital nochmals erheblich zu vermindern.

Das Eigenkapital lag bei 1.391 Million Euro gegenüber 1.371 Millionen Euro Ende 2003.

Cashflow

Der operative Brutto-Cashflow betrug im ersten Quartal 2004 54 Millionen Euro (Vorjahr 98 Millionen Euro). Der operative Netto-Cashflow lag bei 11 Millionen Euro. Diese große Differenz zwischen Brutto- und Netto-Cashflow ist vor allem auf die im ersten Quartal erfolgten Steuerzahlungen auf den Gewinn aus dem Verkauf des Geschäftsbereiches Non-Destructive Testing zurückzuführen.

Geschäftsbereiche

Im ersten Quartal 2004 trug Graphic Systems 44,5 Prozent (Vorjahr: 40,6 Prozent) zum Konzernumsatzes bei, Healthcare 33,6 Prozent (Vorjahr: 33 Prozent). Der Anteil von Consumer Imaging fiel von 18,7 Prozent auf 17,9 Prozent. Specialty Products, das sowohl die Aktivitäten des früheren Bereiches Industrial Imaging als auch den Verkauf von Film für die zerstörungsfreie Materialprüfung umfasst, hatte einen Umsatzanteil von 4 Prozent .

Der Umsatz bei Graphic Systems belief sich auf 386 Millionen Euro, entsprechend einem Rückgang von 7,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Währungsbereinigt beziffert sich der Rückgang auf 2,4 Prozent und erklärt sich unter anderem durch die Zurückstellung von Investitionen der Kunden im Hinblick auf die Messe „Drupa“ im Mai. Nach einem schwachen Start in Januar und Februar haben die Umsätze von Graphic Systems im März deutlich angezogen; ein Aufwärtstrend, den auch der April bestätigte.

Das operative Ergebnis fiel von 33,9 Millionen Euro auf 20,9 Millionen Euro. Die Umsatzrendite betrug 5,4 Prozent, gegenüber 8,1 Prozent im ersten Quartal 2003.

Im Vorfeld der Drupa, der größten Messe der Druckbranche, die alle vier Jahre stattfindet, hat Agfa eine Reihe neuer Produkte eingeführt. Das Sortiment bei Computer-to-Plate wurde um neue Plattenbelichter für den Zeitungs-, den Akzidenz- und den Verpackungsdruck erweitert. Agfa startete auch den Verkauf ihrer ersten chemikalienfreien thermischen Druckplatte :Azura und brachte die zweite Version der :ApogeeX Workflow-Software auf den Markt, die sich für den Akzidenzdruck im kleinen wie im großen Maßstab und auch für den Verpackungsdruck eignet.
Um die Strategie des Aufbaus einer führenden Position beim industriellen digitalen Inkjet-Druck zu stützen, wird Agfa, wie bereits gemeldet, zusammen mit Thieme, einem Hersteller von Siebdruckmaschinen, einen digitalen Inkjet-Drucker für den Siebdruck entwickeln und die Kooperation mit Xaar bei der Entwicklung von Inkjetdruckköpfen der nächsten Generation verstärken. Darüber hinaus wurde der vom kürzlich akquirierten Unternehmen dotrix entwickelte erste digitale Inkjet-Drucker für den Akzidenzdruck in Großbritannien in Betrieb genommen.

Die Umsätze von HealthCare waren in den ersten zwei Monaten schwach auf Grund der Kumulation von verminderten Ausgaben der Kliniken sowie verschiedenen Sonderfaktoren. Sowohl im März als auch im April liegt die Umsatzentwicklung jedoch wieder voll auf Plan. Agfa ist davon überzeugt, dass HealthCare weiterhin wachsen und leistungsstark bleiben wird.
Im ersten Quartal erzielte HealthCare einen Umsatz von 292 Millionen Euro. Im Vergleich zum ersten Quartal 2003 bedeutet dies einen Rückgang von 13,9 Prozent (bzw. 7 Prozent währungsbereinigt). Das operative Ergebnis betrug 36,4 Millionen Euro (Vorjahr 66,7 Millionen Euro). Die Umsatzrendite belief sich auf 12,5 Prozent gegenüber 19,7 Prozent im Vorjahr.
Zum Jahresanfang hat Agfa den Abschluss eines Dreijahresvertrages mit der amerikanischen Einkaufsgesellschaft Premier bekannt gegeben, demzufolge Agfa die fast 1.500 Mitglieds-Kliniken mit Computed Radiography-Lösungen beliefern wird. Kürzlich wurde Agfa zudem von Premier als einer ihrer PACS-Lieferanten gelistet. Ebenfalls in den USA hat Agfa ihren Exklusivvertrag mit der Einkaufsgruppe HPG als Lieferant von „wet film“ ausgeweitet und bleibt weiterhin der einzige „preferred supplier“ für trockenen Film, Imager und Computed Radiography. HPG umfasst mehr als 1000 Kliniken.

Darüber hinaus ist der zwölf Kliniken umfassende Verbund Atlantic

Kennzahlen Consumer Imaging erstes Quartal

Mio. Euro	2004	2003	%
Umsatz	155	192	-19,3
Umsatz ohne Währungseffekt	162	192	-15,6
Operatives Ergebnis	-19,0	-21,4	+11,2
Umsatzrendite	-12,3%	-11,1%	

Kennzahlen Specialty Products erstes Quartal

Mio. Euro	2004	2003	%
Umsatz	35	79	NR*
Operatives Ergebnis	8,2	5,4	NR*
Umsatzrendite	23,4%	6,8%	

* der Vergleich mit 2003 ist nicht relevant wegen der Veräußerung von NDT am Ende 2003

Health Sciences der erste in Nordamerika, der ein Agfa Radiologie-Informationssystem einführt. In Europa haben viele Kliniken sich für ein Agfa PACS-System entschieden. Zu den größten Auftraggebern zählt Leeds General Infirmary, eine der acht Kliniken von Leeds Teaching Hospitals. Diese Installation war der erste Schritt auf dem Weg zu einem der größten Multimillionen-Euro PACS-Programme in Großbritannien. Im Hinblick auf die Abteilungslösungen haben die kürzlich beschlossenen Allianzen mit Hectec in der Orthopädie und Heartlab in der Kardiologie bereits zu wichtigen neuen Verträgen geführt, wie etwa einem mit dem belgischen Krankenhaus ASZ in Aalst, das Agfas Kardiologie-Lösungen in sein existierendes PACS-System integrieren wird.

In den ersten drei Monaten des Jahres 2004 betrug der Umsatz von Consumer Imaging 155 Millionen Euro, dies ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ein Rückgang um 19,3 Prozent (bzw. 15,6 Prozent währungsbereinigt). Das im vergangenen Jahr eingeführte Kostensenkungsprogramm ist voll auf Plan und kompensiert die Effekte des geringeren Umsatzes. Das operative Ergebnis blieb daher mit minus 19 Millionen Euro (Vorjahr: minus 21,4 Millionen Euro) praktisch gleich.

Die Märkte von Consumer Imaging sind geprägt durch den raschen Wandel von der analogen zur digitalen Fotografie, was einen starken Rückgang beim Filmverkauf in den letzten sechs Monaten zur Folge hatte. Die Perspektiven für Fotopapier sind positiver, da die Zahl der digitalen Bilder, die auf Fotopapier ausgegeben werden, kräftig steigt. Schließlich wächst auch der Markt für Laborgeräte, da sich die Nachfrage nach digitalen Geräten weiter fortsetzt. Das neue digitale Minilab Agfa d-lab.1 und das digitale Großlaborsystem Agfa d-ws sind im ersten Quartal mit großem Erfolg auf den Markt gebracht worden. Da die Produktionskapazitäten im ersten Quartal schrittweise ausgebaut wurden, werden sich die positiven Umsatzeffekte vor allem vom zweiten Quartal an zeigen. Um den beachtlichen Auftragsbestand abzuarbeiten, wurden weitere Maßnahmen zur Erhöhung des Produktionsvolumens ergriffen.

Die von Agfa in den vergangenen Monaten durchgeführte Machbarkeitsstudie im Hinblick auf eine mögliche Ausgliederung von Consumer Imaging hat kürzlich zu einem Ergebnis geführt. Um mit einem Maximum an Flexibilität auf die sich ändernden Umfeldbedingungen reagieren zu können, wird Agfa daher dem Aufsichtsrat ihrer deutschen Tochtergesellschaft vorschlagen, diesen Geschäftsbereich auszugliedern und als gesonderte Einheit zu führen. Falls der Aufsichtsrat dieser Absicht zustimmt, werden die üblichen Informations- und Beratungsverfahren mit den Sozialpartnern anlaufen.

Specialty Products umfassen im Wesentlichen Kinefilm, Mikrofilm und Film für die zerstörungsfreie Materialprüfung, mit dem Agfa die General Electric Company im Rahmen eines langfristigen Vertrages beliefert. Der Umsatz von Specialty Products betrug 35 Millionen Euro, das operative Ergebnis lag bei 8,2 Millionen Euro.

Ausblick

Obwohl es noch zu früh ist, von einer robusten und anhaltenden Verbesserung im Marktumfeld zu sprechen, so gibt es doch klare Anzeichen für verbesserte Aussichten in den kommenden Monaten. Graphic Systems verzeichnete mit März und April zwei verkaufsstarke Monate in Folge und sollte von einem Nach-Drupa-Effekt profitieren. HealthCare liegt wieder voll auf Plan. Die Märkte von Consumer Imaging leiden weiterhin unter großen Unsicherheiten, aber sowohl die Saison-Effekte als auch die steigenden Verkaufszahlen bei Laborgeräten werden die Geschäftsbedingungen in den kommenden Monaten verbessern.
In der Zwischenzeit wird Agfa weiterhin ihren Orion-Plan umsetzen, der bis Ende 2005 laufen wird. Er hat zum Ziel, Wachstum anzuregen und die Qualität der Produkte und Systeme weiter zu verbessern. Durch eine sorgfältige Analyse und Anpassung der Geschäftsprozesse erwartet Agfa, ihre Kosten um weitere 200 Millionen Euro senken zu können. Die Gruppe strebt auch an, ihre Verkaufs- und Verwaltungskosten auf 22 Prozent des Umsatzes zu reduzieren, und wird erneut ihr Working Capital substanziell vermindern.

Über Agfa

Die Agfa-Gevaert-Gruppe mit Hauptsitz in Mortsel, Belgien, gehört zu den weltweit führenden Imaging-Unternehmen. Agfa entwickelt, produziert und vermarktet analoge und digitale Systeme, in erster Linie für die Bereiche grafische Industrie, Medizin, Mikrografie und Kinefilm sowie Fotografie und Consumer Imaging. Agfa ist weltweit in 40 Ländern tätig und hat 120 Fremdvertretungen auf der ganzen Welt. 2003 erzielte Agfa einen Umsatz von 4.215 Millionen Euro. Produkt- und Unternehmensinformationen sind im World Wide Web zu finden: www.agfa.com.

Termine 2004 - 2005

Außerordentliche Hauptversammlung
25. Mai 2004
Halbjahresergebnis 2004
19. August 2004
Ergebnis des dritten Quartals 2004
18. November 2004
Jahresübersicht 2004
März 2005
Hauptversammlung
26. April 2005 um 11.00 Uhr

Ansprechpartner:
Anne Vleminckx
Direktor Corporate Communication
Agfa-Gevaert
T ++32 (0)3-444 59 27
F ++32 (0)3-444 44 85
anne.vleminckx@agfa.com

Herausgeber:
Agfa-Gevaert N.V.
Septestraat 27
B-2640 Mortsel, Belgien

www.agfa.com

Agfa-Gevaert-Konzern Kennzahlen* erstes Quartal

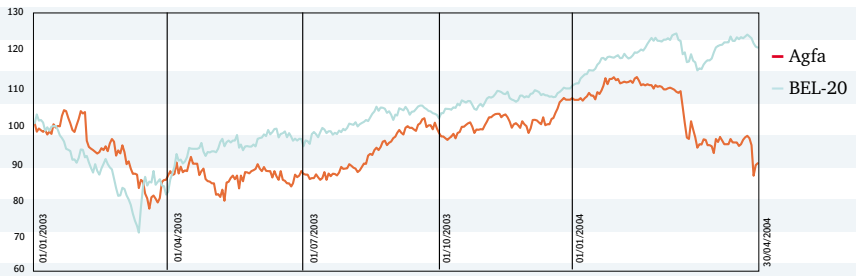
Mio. Euro	2004	2003	%**	
Netto-Umsatz	**868**	**1.027**	**-15,5**	**(-10,5)**
• Graphic Systems	386	417	-7,4	(-2,4)
• HealthCare	292	339	-13,9	(-7,0)
• Consumer Imaging	155	192	-19,3	(-15,6)
• Specialty Products	35	79	-	
Bruttogewinn	368	451	-18,4	
Betriebsaufwand	-322	-366	-12,0	
davon Restrukturierung/ einmaliger Aufwand	-8	-8	-	
Operatives Ergebnis	**46**	**85**	**-45.9**	
• Graphic Systems	20,9	33,9	-38,3	
• HealthCare	36.4	66.7	-45,4	
• Consumer Imaging	-19.0	-21.4	+11,2	
• Specialty Products	8.2	5.4	-	
Nicht-operatives Ergebnis***	-15	-21	+28,6	
Gewinn vor Ertragssteuern	31	64	-51,6	
Ertragsteuern	-11	-25	-56,0	
Überschuss	20	39	-48,7	
Anderen Gesellschaftern zustehender Gewinn & Ergebnisanteil assoziierter Unternehmen	0	0	-	
Konzerngewinn	**20**	**39**	**-48,7**	
Operativer Brutto-Cashflow	54	98	-44,9	
Operativer Netto-Cashflow ****	11	89	-87,6	

* nich testierte, konsolidierte Zahlen bewertet auf Basis IAS
** Zahlen zwischen Klammern: Veränderung ohne Währungseffekt
*** Finanzergebnis
**** Die Veränderungen im Working Capital entsprechen dem Unterschied zwischen dem operativen Brutto- und Netto-Cashflow

Agfa-Gevaert-Konzern Bilanz

Mio. Euro	31/03/'04	31/12/'03	31/03/'03
Summe der Aktiva	3.551	3.839	4.054
Vorräte	863	813	1.002
Forderungen	814	826	922
Netto-Finanzschulden	272	233	597
Eigenkapital	1.391	1.371	1.329

Euro-Cent	Gewinn je Aktie	Operatives Ergebnis je Aktie	Anzahl der Aktien*
Erstes Quartal 2004	16	37	126.000.000
Erstes Quartal 2003	28	61	138.245.491

*gewichtete Anzahl

Entwicklung des Aktienkurses von Agfa im Vergleich zum BEL-20