AGFA Agfa

| see more | do more |

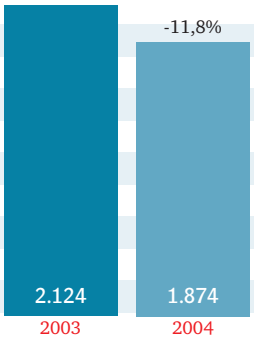
Aktionärsbrief
1. Halbjahr 2004

Kennzahlen* 1. Halbjahr

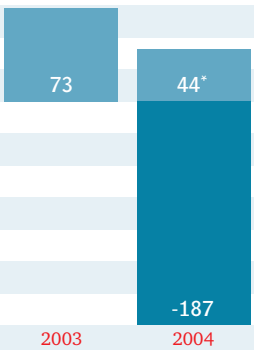
Mio. Euro	2004	2003	%
Umsatz	1.874	2.124	-11,8
Umsatz ohne Währungseffekt	1.944	2.124	-8,5
Operatives Ergebnis**	-320	189	-269,3
Umsatzrendite	-17,1%	8,9%	
Nicht operatives Ergebnis***	-26	-40	-35
Gewinn vor Ertragsteuern	-346	149	-332,2
Ertragsteuern	111	-50	322,0
Überschuss****	-235	99	-337,4
Operativer Brutto-Cashflow	150	219	-31,5
Operativer Netto-Cashflow*****	61	142	-57,0

* nicht testierte, konsolidierte Zahlen, bewertet nach IFRS/IAS-Vorschriften, mit Ausnahme von IAS 10 und IAS 37, da Agfa beschlossen hat, den erwarteten Verlust aus der Veräußerung von Consumer Imaging bereits jetzt voll auszuweisen, um sofort eine maximale Transparenz hinsichtlich der Auswirkungen dieser wichtigen Transaktion zu erhalten.
** einschl. geschätztem Buchverlust aus der Veräußerung von Consumer Imaging (430 Mio. Euro)
*** Finanzergebnis
**** einschl. Effekt der Veräußerung von Consumer Imaging von 291 Mio. Euro
***** Die Veränderungen im Working Capital entsprechen dem Unterschied zwischen dem operativen Brutto- und Netto-Cashflow.

Umsatz 1. Halbjahr
Mio. Euro



Gewinn je Aktie 1. Halbjahr
Euro-cent



* nicht einschl. Veräußerung Consumer Imaging

Agfa veräußert Consumer Imaging im Rahmen einer Cash-positiven Transaktion

- **Kaufpreis: 175,5 Millionen Euro**
- **Erwarteter Gesamt-Cashflow-Effekt: plus 260 Millionen Euro innerhalb von vier Jahren**
- **Außerordentlicher non-cash Buchverlust 430 Millionen Euro**
- **Alle Aktivitäten und Mitarbeiter von Consumer Imaging werden veräußert**
- **Konzentration auf Graphic Systems und HealthCare**
- **Weiter solide Bilanz**

Umsatz zieht im zweiten Quartal an

- **HealthCare wieder im Tritt**
- **Robuste Umsätze bei Graphic Systems**

Agfa-Gevaert hat eine endgültige Vereinbarung zur Veräußerung des gesamten Consumer Imaging-Geschäfts im Rahmen eines Management-Buy-out/in zu einem Kaufpreis von 175,5 Millionen Euro erreicht. Die Transaktion resultiert in einem non-cash Buchverlust von 430 Millionen Euro, bringt jedoch einen Barmittelzufluss in Höhe von 260 Mil-lionen Euro. Während sich das wirtschaftliche Umfeld für die Arbeitsgebiete HealthCare und Graphic Systems in den vergangenen Monaten deutlich verbessert hat, war das Halbjahresergebnis von Agfa durch den erwarteten Buchverlust aus der Veräußerung von Consumer Imaging stark beeinträchtigt.

Veräußerung von Consumer Imaging

Agfa-Gevaert gibt den Abschluss einer endgültigen Vereinbarung zur Veräußerung des gesamten Arbeitsgebietes Consumer Imaging mit den Bereichen Film, Finishing-Pro-dukte, Laborgeräte sowie dem zugehörigen Leasing-/ Miet-Portfolio im Rahmen eines Management-Buy-out/in für einen Kaufpreis von 175,5 Millionen Euro bekannt. Das angestrebte Abschlussdatum für diese Transaktion ist der 1. November 2004. Bei Abschluss wird der Kaufpreis um Änderungen bei Working Capital und Finanzschulden korrigiert werden. Agfa hat sich von Goldman Sachs beraten lassen, während die Fortis Bank ein Fairness-Gutachten erstellt hat.

Eine neue Gesellschaft unter dem Namen „AgfaPhoto“ wird die weitere Betreuung aller Märkte und Kunden des Arbeitsgebietes Consumer Imaging in aller Welt übernehmen. AgfaPhoto ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung im Besitz der NannO Beteiligungsholding, des Managements und zweier US-Finanzpartner, Abrams Capital und Highfields Capital.

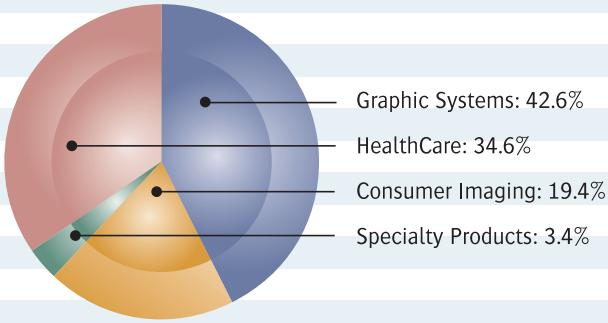
Zum Abschlusstag beabsichtigt AgfaPhoto, rund 2.870 Mitarbeiter zu übernehmen. Entsprechende Informations- und Beratungsverfahren mit den Arbeitnehmervertretern in den verschiedenen Ländern, in denen Consumer Imaging tätig ist, haben begonnen.
Agfa wird einen Lizenzvertrag abschließen, der es AgfaPhoto erlaubt, die Marke Agfa für Fotofilmprodukte für einen unbegrenzten Zeitraum zu benutzen. Spätestens 18 Monate nach Abschluss des Geschäfts wird die Marke AgfaPhoto für Finishing-Produkte und Laborgeräte eingeführt.

„Die Veräußerung dieses Arbeitsgebietes wird es Agfa ermöglichen, sich auf ihre Kernwachstumsmärkte Graphic Systems und HealthCare zu konzentrieren, auf denen sich eine rasche Umstellung auf die Digitaltechnik vollzieht. Wir sind jetzt in einer Position, schneller zu agieren, um unsere Stellung als einer der führenden Akteure auf den

Bilanz Kennzahlen 1. Halbjahr

Mio. Euro	30/06/'04	31/12/'03	30/06/'03
Summe der Aktiva	3.553	3.839	4.025
Vorräte	842	813	973
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	859	826	935
Netto-Finanzschulden	323	233	709
Eigenkapital	1.034	1.371	1.258

Anteil am Konzernumsatz nach Arbeitsgebieten
1. Halbjahr 2004



Imaging-Märkten der Zukunft zu festigen", erklärte Ludo Verhoeven, Vorstandvorsitzender von Agfa-Gevaert. „Die Fotoaktivitäten sind der Ursprung unseres Unternehmens und ein wichtiger Teil unserer Geschichte. Die Entscheidung zur Veräußerung dieser Aktivitäten ist uns nicht leicht gefallen, aber wir sind überzeugt, dass diese Transaktion vorteilhaft für Agfa und ihre Aktionäre ist und außerdem dem Consumer-Geschäft, seinen Kunden und Mitarbeitern beste Erfolgschancen auf den anspruchsvollen Märkten von heute bietet."

„Wir werden AgfaPhoto als ein mittelständisches Unternehmen führen, mit größtmöglicher Flexibilität zur Anpassung an das sich schnell wandelnde Marktumfeld. Wir verfügen über eine sehr starke Produktbasis und wollen unsere Kostenstrukturen weiter optimieren", so Hartmut Emans, geschäftsführender Gesellschafter der NannO Beteiligungsholding, der mit dem Management von Consumer Imaging zusammenarbeiten wird. „Wir kennen unsere Märkte und die Wünsche unserer Kunden sehr genau", ergänzte Eddy Rottie, Leiter des Agfa-Arbeitsgebietes Consumer Imaging und künftiger Vorsitzender der Geschäftsführung von AgfaPhoto. „AgfaPhoto wird in der fotografischen Industrie weiter eine wichtige Rolle spielen."

Cash-positive Transaktion

Als Teil der Transaktion wird Agfa Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten mit einem Buchwert von schätzungsweise 560 Mio. Euro übertragen. Die Transaktion führt zu einem geschätzten non-cash Buchverlust von 430 Mio. Euro, der zu einem wesentlichen Teil auf die Wertminderung bzw. Abschreibung des gesamten Anlagevermögens von Consumer Imaging zurückzuführen ist. Dieser Verlust ist steuerlich abzugsfähig, wodurch sich nach Ertragsteuern ein Effekt von 291 Mio. Euro ergibt. Um eine sofortige und maximale Transparenz in Zusammenhang mit dieser wichtigen Transaktion zu gewährleisten, hat Agfa entschieden, den erwarteten Verlust bereits mit dem Abschluss ihrer Bücher per Ende Juni 2004 vollständig zu verbuchen.

Agfa und AgfaPhoto werden ab dem Datum des Abschlusses dieser Transaktion als vollkommen selbstständige Unternehmen in separaten Märkten operieren. Agfa wird AgfaPhoto ein Verkäuferdarlehen über einen Maximalbetrag in Höhe des Kaufpreises gewähren. Dieses Verkäuferdarlehen ist durch die Leasing- und Mietforderungen vollständig besichert und wird über einen Zeitraum von vier Jahren zurückgezahlt.

„Die Transaktion wirkt sich somit 2004 nicht auf den Cashflow aus, während sie ab 2005 einen positiven Cashflow-Effekt hat. Unter Berücksichtigung der Rückzahlung des Verkäuferdarlehens und der steuerlichen Auswirkungen hat die Veräußerung insgesamt einen positiven Cashflow-Effekt in der Größenordnung von 260 Mio. Euro", erklärte Marc Gedopt, Chief Financial & Administration Officer von Agfa-Gevaert. „Ab 2005 werden wir nur noch in unseren Kernmärkten Graphic Systems und HealthCare tätig sein. Dies wird die Profitabilität von Agfa weiter stärken und unser Wachstumsprofil verbessern."

Agfa-Gevaert Halbjahresergebnis 2004

Die erste Jahreshälfte 2004 war gekennzeichnet durch einen schwachen Start in den beiden ersten Monaten, gefolgt von einer robusten Erholung im zweiten Quartal. Dadurch ergab sich ein Umsatz von 1.874 Millionen Euro für die ersten sechs Monate, was einem Rückgang um 11,8 Prozent gegenüber dem ersten Halbjahr 2003 entspricht. Ohne die Auswirkungen des starken Euro und die Veräußerung der NDT-Aktivitäten betrug der Rückgang nur 5,4 Prozent.

Der Bruttogewinn für das erste Halbjahr erreichte 782 Millionen Euro nach 912 Mil-lionen Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Es ist Agfa gelungen, die Bruttogewinnmarge auf einem hohen Niveau von 41,7 Prozent (Vorjahr: 42,9 Prozent) zu halten, trotz der insgesamt ungünstigen Auswirkungen, die höhere Rohstoffpreise, Währungsschwankungen und der anhaltende Preisverfall mit sich brachten.

Die Vertriebs- und allgemeinen Verwaltungskosten betrugen 498 Millionen Euro, ein Rückgang um 8,6 Prozent. Der Forschungs- und Entwicklungsaufwand ging um 16 Pro-zent zurück, vor allem wegen des geringeren Forschungsaufwands bei Consumer Imaging und der Veräußerung des Bereichs Non-Destructive Testing (NDT) Ende 2003.

Die Restrukturierungskosten und der einmalige Aufwand erhöhten sich von 22 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2003 auf 32 Millionen Euro, wovon ein Drittel auf Consumer Imaging entfiel. Der sonstige Betriebsaufwand (Einnahmen minus Aufwand) belief sich auf minus 504 Millionen Euro, wobei diese deutliche Zunahme durch den außerordent-lichen Buchverlust von 430 Millionen Euro aufgrund der Veräußerung von Consumer Imaging zu erklären ist.

Das operative Ergebnis von Agfa belief sich folglich auf minus 320 Millionen Euro, nachdem es im ersten Halbjahr 2003 noch 189 Millionen Euro betragen hatte. Ohne den Effekt aus der Veräußerung von Consumer Imaging hätte das operative Ergebnis 110 Millionen Euro oder 5,9 Prozent vom Umsatz erreicht.

Das Finanzergebnis, zu dem auch der Finanzaufwand gehört, verbesserte sich von minus 40 Millionen Euro auf minus 26 Millionen Euro, hauptsächlich aufgrund der geringeren Nettoverschuldung.

Der Gewinn vor Steuern belief sich auf minus 346 Millionen Euro. In Zusammenhang mit der Veräußerung von Consumer Imaging wurde für latente Steuern ein Betrag von 139 Millionen Euro verbucht, so dass sich für das erste Halbjahr 2004 ein Steuerplus von 111 Millionen Euro ergab. Der Nettogewinn belief sich daher auf minus 235 Millionen Euro.
Ohne die Effekte aufgrund der Veräußerung von Consumer Imaging hätte der Nettogewinn 56 Millionen Euro erreicht.
Nach 73 Euro-Cent im ersten Halbjahr 2003 belief sich der Gewinn je Aktie auf minus 187 Euro-Cent.

Kennzahlen Graphic Systems 1. Halbjahr

Mio. Euro	2004	2003	%
Umsatz	799	822	-2,8
Umsatz ohne Währungseffekt	826	822	0,5
Operatives Ergebnis	40,7	61,0	-33,3
Umsatzrendite	5,1%	7,4%	

Kennzahlen HealthCare 1. Halbjahr

Mio. Euro	2004	2003	%
Umsatz	648	703	-7,8
Umsatz ohne Währungseffekt	678	703	-3,6
Operatives Ergebnis	90,1	138,1	-34,8
Umsatzrendite	13,9%	19,6%	

Entwicklung Graphic Systems per Quartal 2004

Mio. Euro	2.Q	1.Q
Umsatz	413	386
Operatives Ergebnis	19,8	20,9

Entwicklung HealthCare per Quartal 2004

Mio. Euro	2.Q	1.Q
Umsatz	356	292
Operatives Ergebnis	53,7	36,4

Aufwärtstrend im zweiten Quartal

Im Quartalsverlauf verbesserte sich der Umsatz in allen Arbeitsgebieten. Im Arbeitsgebiet Graphic Systems erhöhte sich der Umsatz (ohne Währungseffekte) um 3,5 Prozent gegenüber dem zweiten Quartal 2003. Diese Wende nach drei schwachen Jahren in Folge zeigt das allgemein verbesserte Marktumfeld in der grafischen Industrie, aber auch die Fähigkeit von Agfa, ihre Marktposition weiter zu festigen. Die Rückkehr des Kundenvertrauens bestätigte sich auch auf der Drupa, bei der Agfa über den Erwartungen liegende Bestellungen für Geräte und Software verzeichnen konnte, was den Umsatz in den kommenden Monaten weiter stützen wird.
Die operative Marge für das zweite Quartal erreichte 4,8 Prozent nach 5,4 Prozent im vorherigen Quartal. Dies ist durch einen höheren Restrukturierungsaufwand und die Vertriebskosten in Zusammenhang mit der Drupa zu erklären. Ohne diese einmaligen Effekte hätte die operative Marge für das zweite Quartal 8,5 Prozent erreicht.

Anfang des Jahres hat Agfa die Übernahme von Lastra bekannt gegeben, einem italienischen Hersteller von Druckplatten, zugehöriger Chemie und Geräten für den Offsetdruck. Lastra hat rund 900 Mitarbeiter und erreichte 2003 einen Umsatz von 226 Mil-lionen Euro. Die Transaktion basiert auf einem Unternehmenswert von 155 Millionen Euro. Im August konnte Agfa melden, dass alle nötigen aufsichtsbehördlichen Genehmigungen für die Übernahme vorliegen. Die Transaktion wird daher Ende August 2004 zum Abschluss gebracht; ab diesem Zeitpunkt fließen die Ergebnisse von Lastra voll in das Ergebnis von Agfa ein.

Nachdem die ersten beiden Monate des Jahres überraschend schwach ausgefallen waren, zeigte der Umsatz im Arbeitsgebiet HealthCare eine robuste Erholung. Der Umsatz im zweiten Quartal lag um mehr als 20 Prozent höher als in den ersten drei Monaten des Jahres. Ungeachtet des härteren Preisumfelds, vor allem aufgrund der Verlängerung des Vertrages mit Premier Ende des vergangenen Jahres, erhöhte sich die operative Marge bei HealthCare von 12,5 Prozent auf 15,1 Prozent im zweiten Quartal. Agfa ist zuversichtlich, dass dieser Aufwärtstrend sich in den kommenden Quartalen bestätigen wird.

Für das Unternehmen insgesamt belief sich der Umsatz im zweiten Quartal auf 1.006 Millionen Euro, ein Rückgang von 8,3 Prozent gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum. Ohne Währungseinflüsse und die Auswirkungen der Veräußerung von Non-Destructive Testing betrug der Rückgang nur 4,0 Prozent und war ausschließlich durch die Entwicklung bei Consumer Imaging bedingt.

Das operative Ergebnis für das zweite Quartal betrug minus 366 Millionen Euro, vor allem wegen des außerordentlichen Verlusts aus der Veräußerung von Consumer Imaging, der zum Quartalsende verbucht wurde. Ohne diesen außerordentlichen Effekt belief sich das operative Ergebnis von Agfa auf 64 Millionen Euro. Dieser Rückgang gegenüber den 104 Millionen Euro im zweiten Quartal 2003 ist hauptsächlich durch die kombinierten Folgen rückläufiger Umsätze, ungünstiger Währungs- und Preiseffekte und höherer Restrukturierungskosten zu erklären.
Der Nettogewinn für das Quartal erreichte minus 255 Millionen Euro oder plus 36 Mil-lionen Euro ohne die Veräußerung von Consumer Imaging.
Der Gewinn je Aktie betrug minus 203 Euro-Cent bzw. plus 29 Euro-Cent ohne die Veräußerung von Consumer Imaging.

Bilanz

Ende Juni 2004 belief sich die Summe der Aktiva auf 3.553 Millionen Euro gegenüber 3.839 Millionen Euro zum Jahresende 2003.
Die Entscheidung zur Veräußerung von Consumer Imaging führt zu einer Abschreibung des gesamten Anlagevermögens in Höhe von 107 Millionen Euro. Darüber hinaus wurden die kurzfristigen Rückstellungen um 323 Millionen Euro erhöht, um den restlichen erwarteten Buchverlust aus dieser Transaktion zu berücksichtigen. Zugleich wurde für latente Steuern ein Betrag von 139 Millionen Euro bereitgestellt. Der Buchverlust aus dem Verkauf von Consumer Imaging erklärt auch den Rückgang des Eigenkapitals auf 1.034 Millionen Euro.
Angesichts einer niedrigen Nettoverschuldung und einer geringen Verschuldungsquote ist die Bilanz von Agfa nach wie vor sehr solide.

Weil das Working Capital saisonalen Einflüssen unterliegt, sollte es auf Basis des Vergleichszeitraums des Vorjahres bewertet werden. Agfa konnte ihre Vorräte auf 842 Millionen Euro abbauen, nachdem sie Ende des ersten Halbjahrs 2003 noch bei 973 Millionen Euro gelegen hatten. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen beliefen sich auf 859 Millionen Euro gegenüber 935 Millionen Euro Ende Juni 2003. Die Verbindlichkeiten aus Warenlieferungen und Leistungen schließlich erhöhten sich von 290 Millionen Euro auf 312 Millionen Euro.
Agfa ist entschlossen, das Working Capital bis Ende 2005 weiter deutlich abzusenken.

Cashflow

Die Cashflow-Rechnung wird durch die Veräußerung von Consumer Imaging nicht beeinflusst.
Der operative Brutto-Cashflow für das erste Halbjahr 2004 betrug 150 Millionen Euro, während der operative Netto-Cashflow 61 Millionen Euro erreichte. Dieser große Unterschied zwischen Brutto- und Netto-Cashflow ist vor allem durch die Zahlung von Steuern auf den Kapitalerlös aus der Veräußerung von NDT zum Ende 2003 zurückzuführen.

Arbeitsgebiete

Im ersten Halbjahr 2004 erreichte das Arbeitsgebiet Graphic Systems einen Anteil von 42,6 Prozent am Gruppenumsatz von Agfa, während auf HealthCare 34,6 Prozent entfielen und der Anteil von Consumer Imaging 19,4 Prozent betrug. Auf die im Bereich Specialty Products zusammengefassten sonstigen Aktivitäten entfielen 3,4 Prozent des Umsatzes.

Kennzahlen Consumer Imaging 1. Halbjahr

Mio. Euro	2004	2003	%
Umsatz	363	442	-17,9
Umsatz ohne Währungseffekt	373	442	-15,6
Operatives Ergebnis	-459,7	-24,9	-
Umsatzrendite	-126,6%	-5,6%	

Entwicklung Consumer Imaging per Quartal 2004

Mio. Euro	2.Q	1.Q
Umsatz	208	155
Operatives Ergebnis*	-440,7	-19,0

* einschl. dem geschätzten Buchverlust aus der Veräußerung von CI im 2. Quartal (430 Mio. Euro)

Der Umsatz von Consumer Imaging im ersten Halbjahr 2004 erreichte 363 Millionen Euro, entsprechend einem Rückgang von 17,9 Prozent (oder 15,6 Prozent bei stabilen Wechselkursen) gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum.
Der Umsatzrückgang (ohne Währungseffekte) verteilt sich gleichmäßig auf die beiden Quartale und spiegelt die immer schnellere Umstellung von analoger auf digitale Fotografie, aber auch den zunehmenden Preisverfall wider. Der Umsatz mit Filmen ist am stärksten betroffen, während Labor-geräte und Fotopapier einen eher mäßigen Rückgang zeigen. Im ersten Halbjahr 2004 hat Agfa das neue digitale Minilab d-lab.1 und das digitale Großlaborsystem d-ws auf den Markt gebracht.
Die Entscheidung zur Veräußerung von Consumer Imaging hat zu zusätz-lichen Belastungen geführt: das gesamte Anlagevermögen von Consumer Imaging wurde abgeschrieben, und für den verbleibenden erwarteten Buchverlust aus dieser Transaktion wurden entsprechende Rückstellungen gebildet. Das operative Ergebnis beläuft sich daher auf minus 459,7 Millionen Euro nach minus 24,9 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2003.

Im Vergleich zu den ersten sechs Monaten des Jahres 2003 ging der Umsatz im Arbeitsgebiet Graphic Systems um 2,8 Prozent auf 799 Millionen Euro zurück. Ohne Währungseffekte war ein leichter Anstieg von 0,5 Prozent zu verzeichnen. Nach einem zögerlichen Start zu Jahresbeginn zog der Umsatz ab März wieder an, und dieser Trend hat sich während des zweiten Quartals fortgesetzt, weil sich die Marktbedingungen in der grafischen Industrie langsam bessern.

Das operative Ergebnis erreichte 40,7 Millionen Euro, nach 61,0 Millionen Euro im ersten Halbjahr 2003. Die Umsatzrendite ging von 7,4 Prozent auf 5,1 Prozent zurück, hauptsächlich wegen Preisverfalls, Währungseffekten und höherer Rohstoffpreise. Höhere Restrukturierungskosten und eine Zunahme der Vertriebskosten in Zusammenhang mit der Drupa im Mai haben ebenfalls eine Rolle gespielt.

Diese alle vier Jahre stattfindende größte Fachmesse für die grafische Industrie war sehr erfolgreich. Agfa konnte sowohl bei Systemen als auch bei Software deutlich mehr Bestellungen als erwartet verzeichnen, was den Umsatz in den kommenden Monaten stützen wird. Zu den besonders erfolg-reichen Software-Paketen gehört die Crossmodulations-Rastertechnologie :Sublima, für die Agfa von der Flexographic Pre-Press Platemakers Association mit dem „2004 Technological Innovator of the Year"-Award ausgezeichnet worden ist. Auch die digitalen Inkjet-Drucksysteme von Agfa waren sehr erfolgreich, weil auf der Drupa neue Proofsysteme vorgestellt und zwei digitale Inkjet-Druckmaschinen verkauft wurden.

Im ersten Halbjahr 2004 belief sich der Umsatz des Arbeitsgebietes HealthCare auf 648 Millionen Euro, was einem Rückgang um 7,8 Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres entspricht; ohne Währungseffekte betrug der Rückgang nur 3,6 Prozent. Der Umsatz im ersten

Kennzahlen Specialty Products 1. Halbjahr

Mio. Euro	2004	2003	%
Umsatz	64	157	n.r.*
Operatives Ergebnis	9,0	14,6	n.r.*
Umsatzrendite	14,1%	9,3%	

Entwicklung Specialty Products per Quartal 2004

Mio. Euro	2.Q	1.Q
Umsatz	29	35
Operatives Ergebnis	0,8	8,2

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

Halbjahr litt vor allem unter dem sehr schwachen Umsatz in den ersten bei-den Monaten des Jahres, während die folgenden Monate eine deutliche Erholung zeigten. Das operative Ergebnis erreichte 90,1 Millionen Euro nach 138,1 Millionen Euro im Vorjahr, was hauptsächlich auf niedrigere Umsätze, ein härteres Preisumfeld, anhaltend ungünstige Währungseffekte und höhere Rohstoffpreise zurückzuführen ist. Die Umsatzrendite betrug 13,9 Prozent gegenüber 19,6 Prozent im Vorjahr. Entsprechend dem Umsatztrend im ersten Halbjahr zeigte die Umsatzrendite für das zweite Quartal eine deut-liche Verbesserung gegenüber den ersten drei Monaten des Jahres.

Im Bereich der Klinik-Informationstechnik konnte Agfa erneut eine Reihe wichtiger Verträge für ihre IMPAX PACS-Lösungen abschließen. Zu den wichtigsten Vereinbarungen zählt ein Multi-Source-Vertrag mit der Einkaufsgruppe von Premier Inc., in dessen Rahmen die IMPAX-Lösungen von Agfa den fast 1.500 zur Premier-Gruppe gehörenden Krankenhäusern und Kliniken sowie den angeschlossenen Untersuchungszentren in den USA ange-boten werden. In Großbritannien hat Agfa den Auftrag zur Installation der IMPAX-Lösung für die Kardiologie in den Universitätskliniken des Leicester NHS Trust mit drei Einrichtungen sowie des North Lincolnshire and Goole NHS Trust erhalten, der alle NHS-Kliniken in Scunthorpe, Grimsby und Goole betreibt. Darüber hinaus hat der deutsche Verband der bei den gesetzlichen Krankenkassen zugelassenen Ärzte das Radiologie-Informa-tionssystem von Agfa zertifiziert, eine wichtige Voraussetzung für den Einsatz jeder RIS-Lösung auf dem deutschen Gesundheitsmarkt. In den USA hat Agfa außerdem die FDA-Zulassung für ihre Mammografie-Diagnose-Workstation erhalten.

Das Arbeitsgebiet Specialty Products umfasst hauptsächlich die Bereiche Kinefilm, Mikrofilm und Filme für die zerstörungsfreie Prüfung, die Agfa im Rahmen eines langfristigen Exklusivvertrages an General Electric liefert. Der Umsatz von Specialty Products im ersten Halbjahr 2004 betrug 64 Millionen Euro, bei einem operativen Ergebnis von 9,0 Millionen Euro.

Ausblick

Agfa erwartet eine weitere Verbesserung des wirtschaftlichen Umfelds und der operativen Margen vor Restrukturierung in den Arbeitsgebieten Graphic Systems und HealthCare.
Ein Großteil des bereits bekannten Restrukturierungsaufwands von 120 Millionen Euro für das Gesamtunternehmen wird in der zweiten Jahres-hälfte verbucht und betrifft vor allem das Arbeitsgebiet Graphic Systems. Agfa wird auch ihre Bemühungen zur Reduzierung der Vertriebs- und allgemeinen Verwaltungskosten auf die angestrebten 22 Prozent des Umsatzes bis Ende 2005 intensivieren, um zu vermeiden, dass Remanenzkosten in Zusammen-hang mit der Veräußerung von Consumer Imaging die übrigen Arbeitsgebiete zusätzlich belasten.
Darüber hinaus wird Agfa den Orion-Plan weiter umsetzen, der bis Ende 2005 laufen soll. Ziele dieses Plans sind die Förderung von Wachstum, die weitere Verbesserung der Qualität der Produkte und Systeme sowie der Abbau des Working Capital.

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 und Fotografie. 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

Ergebnis des dritten Quartals 2004
18. November 2004
Jahresübersicht 2004
10. März 2005
Hauptversammlung
26. April 2005 um 11.00 Uhr
Auszahlung der Dividende
27. April 2005
Ergebnis des ersten Quartals 2005
12. Mai 2005
Halbjahresergebnis 2005
18. August 2005
Ergebnis des dritten Quartals 2005
17. November 2004

Agfa-Gevaert-Konzern konsolidierte Kennzahlen* 1. Halbjahr

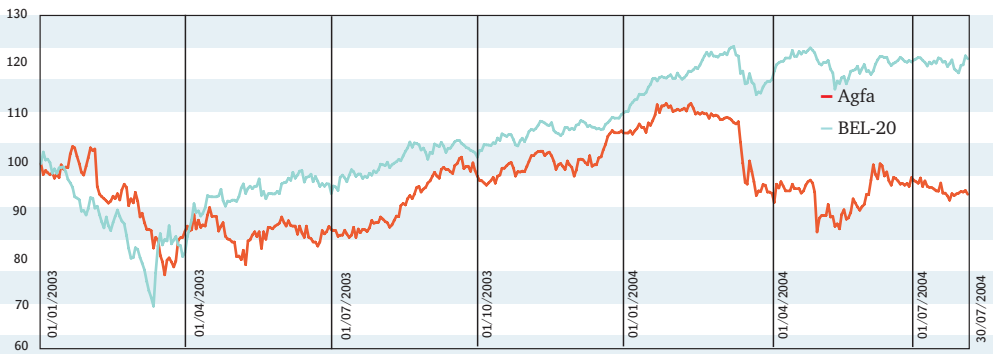
Mio. Euro	2004	2003	%	% ohne Währungseffekt
Umsatz	**1.874**	**2.124**	**-11,8**	**-8,5**
• Graphic Systems	799	822	-2,8	+0,5
• HealthCare	648	703	-7,8	-3,6
• Consumer Imaging	363	442	-17,9	-15,6
• Specialty Products	64	157	n.a.	n.a.
Bruttogewinn	**782**	**912**	**-14,3**	
Betriebsaufwand	-1.102	-723	+52,4	
in Zusammenhang mit der Veräußerung CI	-430	-	-	
Restrukturierungsaufwand/einmaliger Aufwand	-32	-22	+45,5	
Operatives Ergebnis	**-320**	**189**	**-269,3**	
ohne Veräußerung von CI	110	189	-41,8	
• Graphic Systems	40,7	61,0	-33,3	
• HealthCare	90,1	138,1	-34,8	
• Consumer Imaging	-459,7	-24,9	-	
ohne Veräußerung	-29,7	-24,9	-19,3	
• Specialty Products	9,0	14,6	n.a.	
Nicht operatives Ergebnis**	**-26**	**-40**	**-35,0**	
Gewinn vor Ertragsteuern	**-346**	**149**	**-332,2**	
Ertragsteuern	111	-50	+322,0	
Überschuss	**-235**	**99**	**-337,4**	
Ergebnisanteil assoziierter Unternehmen	0	0	-	
Konzerngewinn	**-235**	**99**	**-337,4**	
Operativer Brutto-Cashflow	**150**	**219**	**-31,5**	
Operativer Netto-Cashflow***	**61**	**142**	**-57,0**	

(*) nicht testierte, konsolidierte Zahlen, bewertet nach IFRS/IAS-Vorschriften, mit Ausnahme von IAS 10 und IAS 37, da Agfa beschlossen hat, den erwarteten Verlust aus der Veräußerung von Consumer Imaging bereits jetzt voll auszuweisen, um sofort eine maximale Transparenz hinsichtlich der Auswirkungen dieser wichtigen Transaktion zu erhalten.
(**) Finanzergebnis
(***) Die Veränderungen im Working Capital entsprechen dem Unterschied zwischen dem operativen Brutto- und Netto-Cashflow.

Euro-Cent	Gewinn je Aktie	Operatives Ergebnis je Aktie	Anzahl der Aktien*
Erstes Halbjahr 2004	-187	-254	126.000.000
ohne Veräußerung von CI	44	87	
Erstes Halbjahr 2003	73	139	135.557.619

*gewichtete Anzahl der zur Berechnung herangezogenen Aktien

Entwicklung des Aktienkurses von Agfa im Vergleich zum BEL-20



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

NF8R5