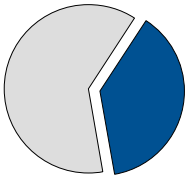
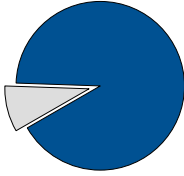
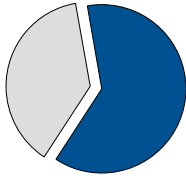
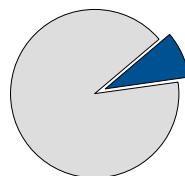


GRAMMER AG
Bilanz-Pressekonferenz
31. März 2009





Konzernprofil

GRAMMER AG		
	Seating Systems	Automotive
Produktbereiche	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gefederte Fahrersitze für Offroadfahrzeuge ▪ Fahrersitze für LKW und Busse ▪ Passagiersitze für Bahnen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kopfstützen ▪ Armlehnen ▪ Mittelkonsolen ▪ Seitenpolster und Sitzbezüge ▪ Integrierte Kindersitze
Kennzahlen 2008	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umsatz: 390 Mio. EUR ▪ EBIT: 31 Mio. EUR ▪ Mitarbeiter: 3.114 (31. Dez) ▪ Umsatz-Anteil  38% ▪ EBIT-Anteil  90% 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umsatz: 638 Mio. EUR ▪ EBIT: 3 Mio. EUR ▪ Mitarbeiter: 5.631 (31. Dez.) ▪ Umsatz-Anteil  62% ▪ EBIT-Anteil  10%



Jahresabschluss 2008

Gewinn- und Verlustrechnung [in Mio. EUR]

<i>in Mio. EUR</i>	2008	2007	Veränd. in %
Umsatz	1.007,0	998,1	0,9%
Umsatzkosten	-877,2	-871,3	0,7%
Brutto-Ergebnis	129,8	126,7	2,4%
EBITDA	55,4	55,6	-0,4%
EBITDA Marge	5,5%	5,6%	-0,1%-Punkte
EBIT	32,0	32,1	-0,5%
EBIT Marge	3,2%	3,2%	0,0%-Punkte
Finanzergebnis	-12,4	-9,3	---
Gewinn nach Steuern	14,1	17,6	-19,5%
Ergebnis je Aktie [in EUR]	1,38	1,72	-19,8%

Bilanz [in Mio. EUR]

<i>in Mio. EUR</i>	31.12.2008	31.12.2007	Veränd. in %
Langfristige Vermögenswerte	216,7	201,6	7,5%
Vorräte	90,8	95,1	-4,5%
Forderungen aus L/L	88,2	116,8	-24,5%
Kurzfristige Vermögenswerte	264,3	296,0	-10,7%
Aktiva	481,0	497,5	-3,3%
Eigenkapital	173,0	184,7	-6,3%
Schulden	308,0	312,8	-1,5%
Passiva	481,0	497,5	-3,3%

Nettofinanzverbindlichkeiten	80,2	69,9	14,7%
Eigenkapitalquote	36%	37%	-1%-Punkt
Gearing	46%	38%	8%-Punkte

Kennzahlen [in Mio. EUR]

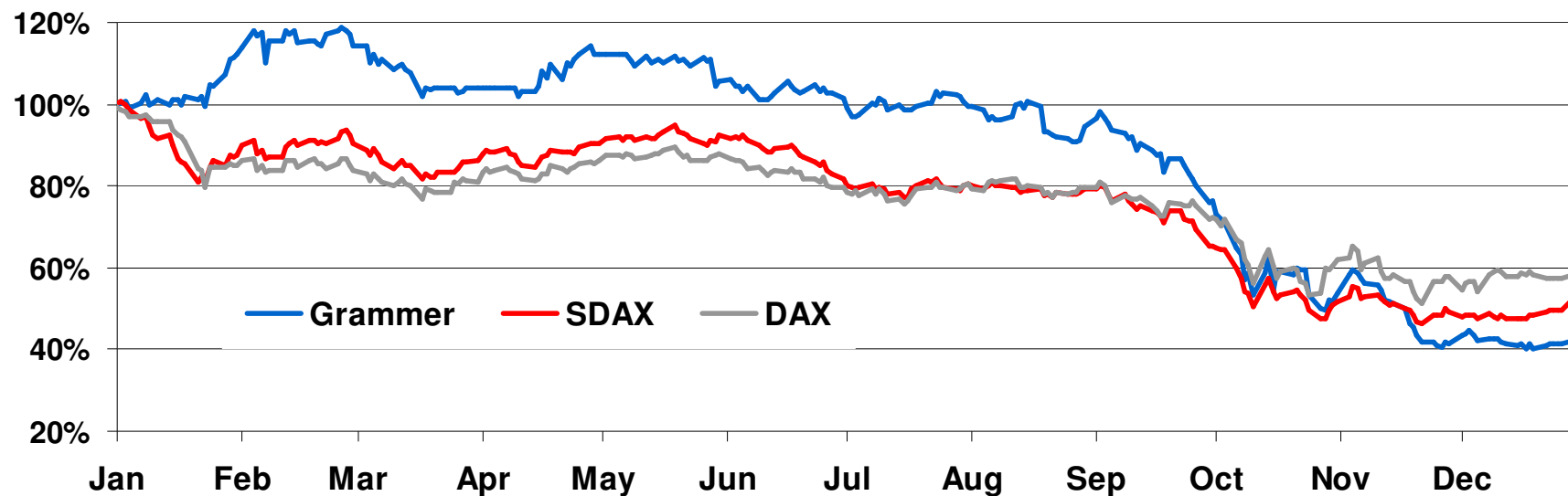
<i>in Mio. EUR</i>	2008	2007	Veränd. in %
ROCE in %	8,3%	8,2%	0,1%-Punkte
Operativer Cash-Flow	40,8	38,5	6,0%
Free Cash-Flow (vor Dividende)	-6,2	-1,4	---
Investitionen	39,9	34,6	15,3%
Abschreibungen	23,4	23,5	-0,4%
Mitarbeiter (Durchschnitt)	9.493	9.326	1,8%
Mitarbeiter (31.12.)	8.908	9.527	-6,5%

Finanzergebnis [in Mio. EUR]

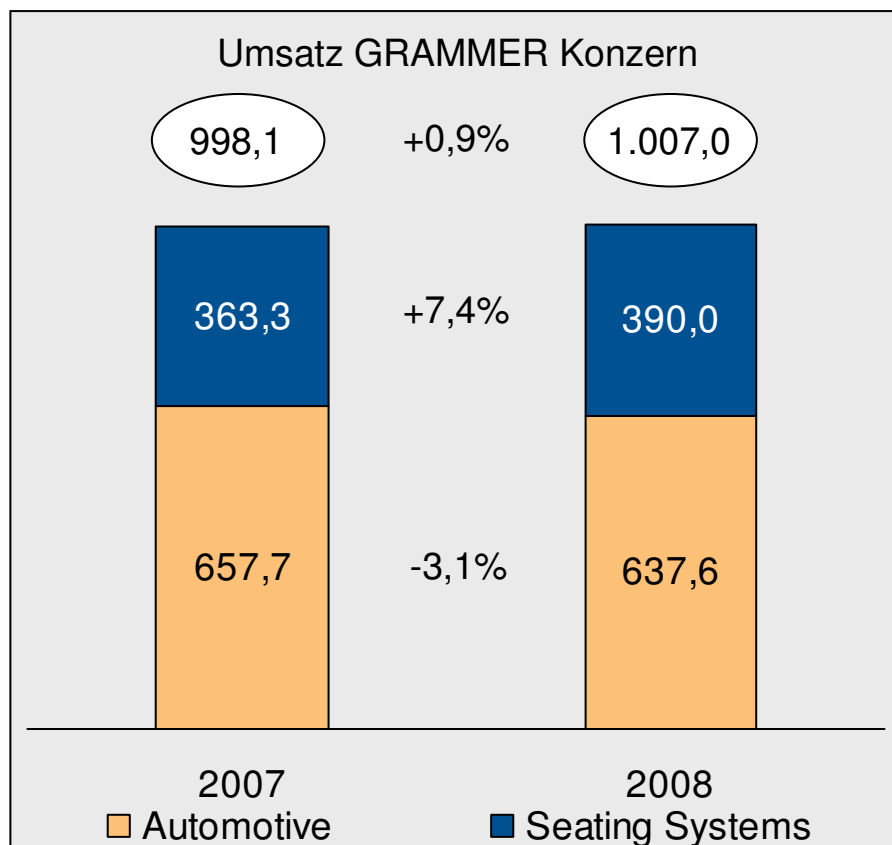
<i>in Mio. EUR</i>	2008	2007
Netto Zinsaufwand	-4,1	-6,4
Zinsen Pensionsrückstellungen	-2,8	-2,5
Fair Value Bewertungsverluste	-5,5	-0,3
Finanzergebnis	-12,4	-9,3

Kennzahlen

	2008	2007
Jahresschlusskurs (in EUR)	6,90	16,02
Hoch	19,00	25,87
Tief	6,44	15,16
Tägl. Handelsvolumen (in Aktien)	26.144	33.410
Anzahl der Aktien	10.495.159	10.495.159
Marktkapitalisierung	72,4	168,1



Umsatz pro Segment [in Mio. EUR]



Umsatzentwicklung 2008 vs. 2007

Automotive

- +
 - Zweistelliges Wachstum mit CAK (z.B. Daimler)
 - Steigerung in der Kompakt-Klasse (Polo, Jetta)
 - Deutliches Wachstum in Asien durch Neuanläufe (BMW Brilliance und FAW)
- - Alle Kern-Kunden mit Ausnahme Daimler & Asien mit rückläufigen Umsätzen
 - Auch im Jahr 2009 bisher keine Abschwächung des deutlichen Auftragsrückgangs

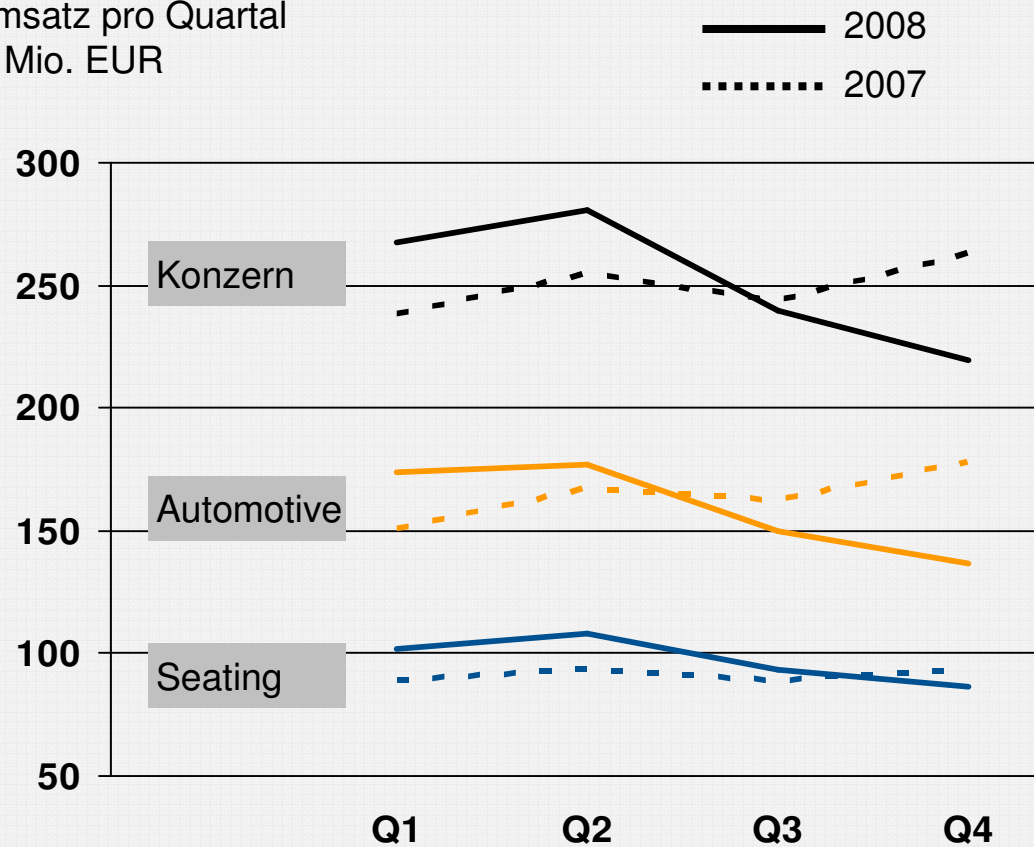
Seating Systems

- +
 - Sehr starkes Wachstum in Südamerika und Europa aufgrund der führenden Marktposition
 - Deutliches Wachstum im Segment Offroad
 - Umsatzanstieg im LKW-Bereich durch Daimler und neuen Kunden KAMAZ in Russland
- - Niedrigere Umsätze bei der Bahn (Projekte)
 - Baumaschinenmarkt im Q3 zusammengebrochen

Anmerkung: Außenumsatz Grammer Konzern = Gesamtumsatz Automotive + Seating Systems minus Konsolidierung interner Umsätze
 EBIT Grammer Konzern = EBIT Geschäftsbereiche minus operatives Ergebnis Zentralfunktionen

Umsatzentwicklung 2008 pro Quartal [in Mio. EUR]

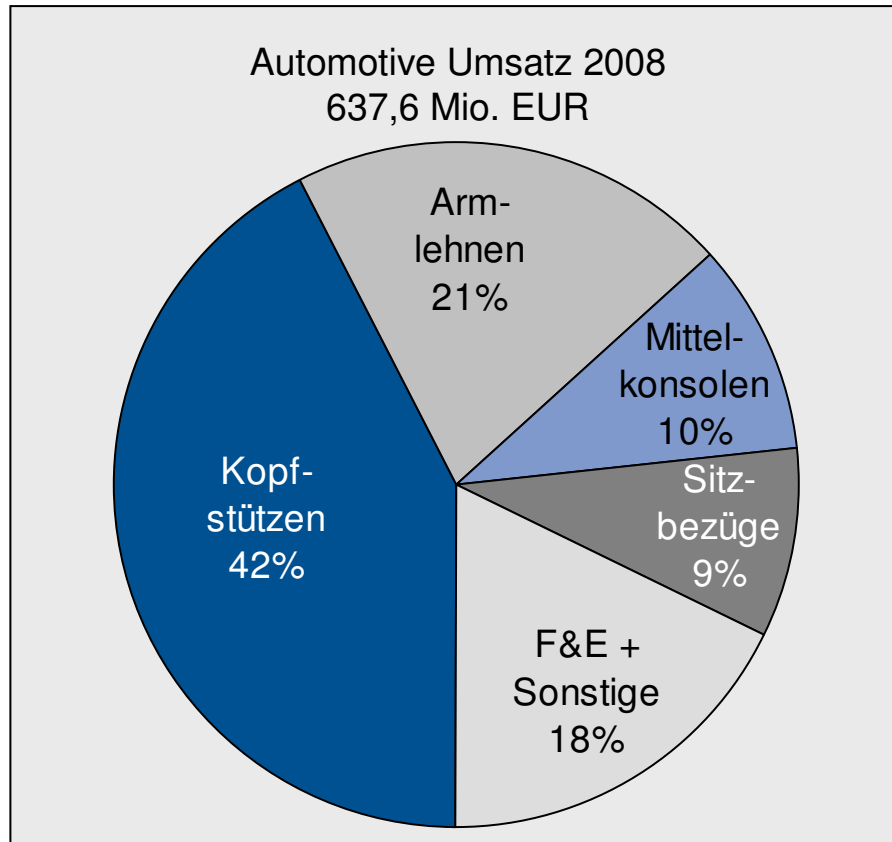
Umsatz pro Quartal
in Mio. EUR



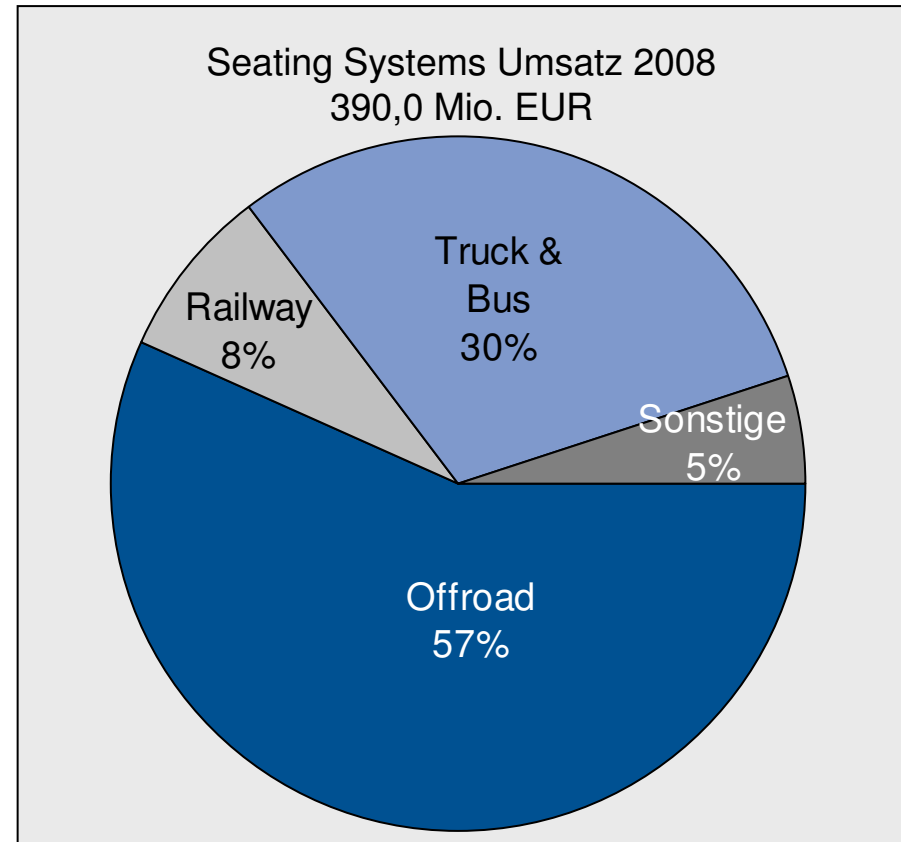
Umsatzentwicklung

- Zweistelliges Wachstum in den ersten 6 Monaten in beiden Bereichen
- Seit dem Spätsommer wurde ein Rückgang im Automotive Segment von uns erwartet. Daher haben wir die Umsatz Prognose trotz eines sehr starken ersten Halbjahres nicht erhöht
- Rückgang in Automotive in Q3 und spez. in Q4 stärker als erwartet
- Seating Umsätze (Ausnahme Truck und Baumaschinen) waren im Rahmen der saisonalen Entwicklung
- Einbruch in Seating kam in den letzten Wochen im Dezember 2008

Umsatz nach Produktbereich - Automotive

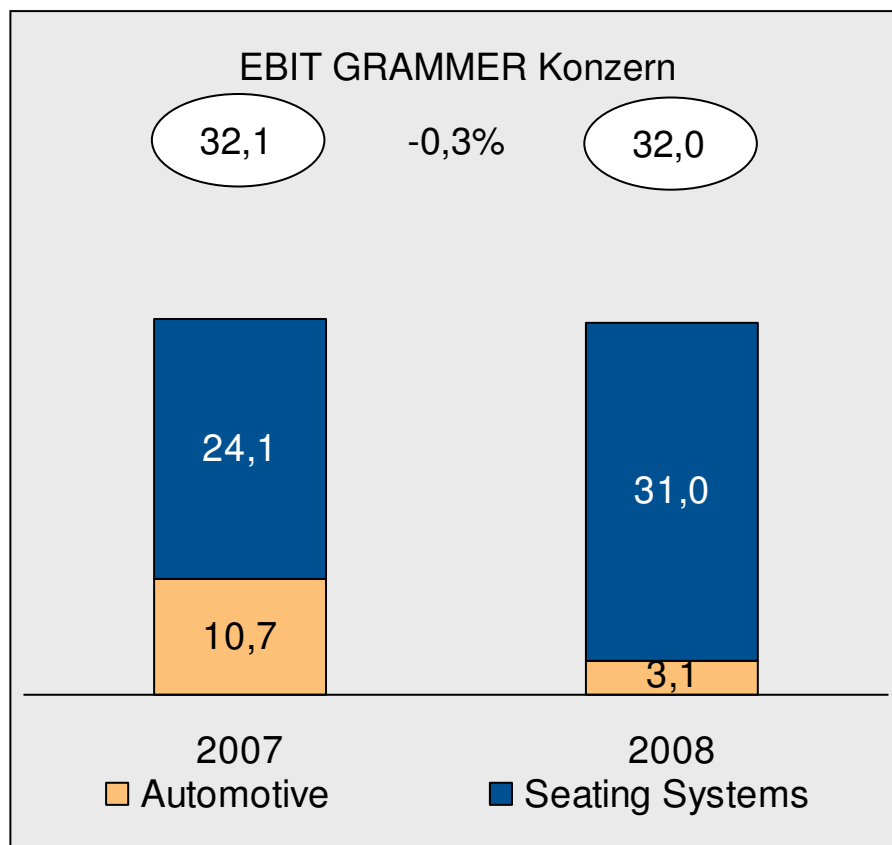


Umsatz nach Produktbereich - Seating



Anmerkung: Außenumsatz Grammer Konzern = Gesamtumsatz Automotive + Seating Systems minus Konsolidierung interner Umsätze

EBIT pro Segment [in Mio. EUR]



EBIT Entwicklung 2008 vs. 2007

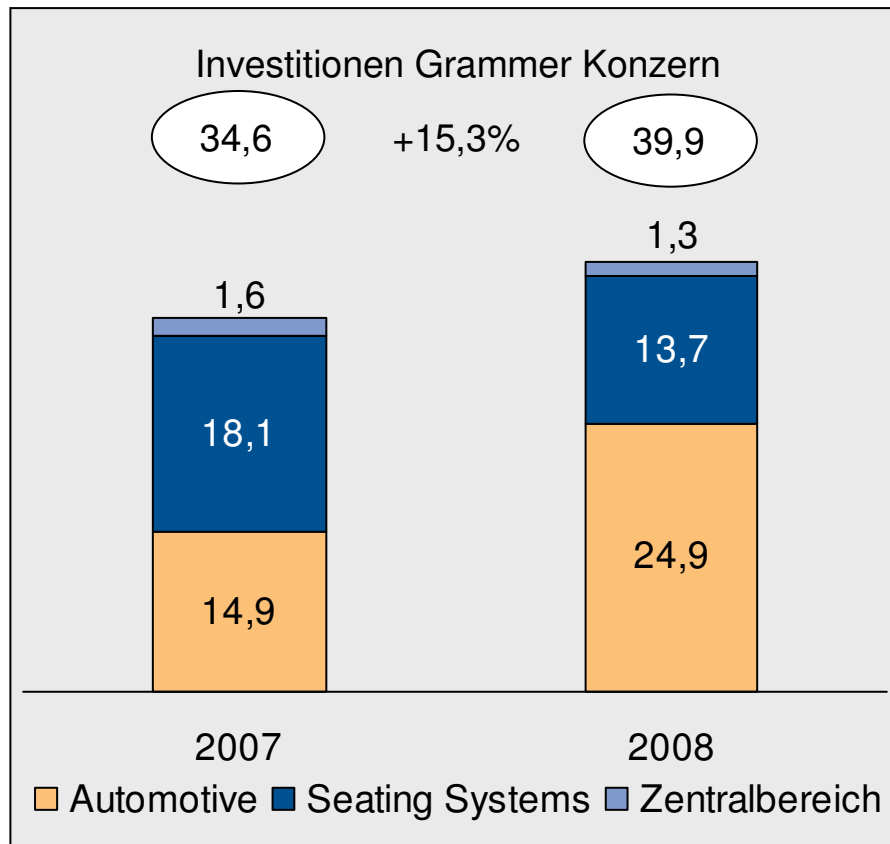
EBIT Marge in % vom Umsatz

2008		2007
3,2%	Konzern	3,2%
8,0%	Seating	6,6%
0,5%	Automotive	1,6%

- +
 - Sehr starke Performance von Seating Systems
 - Seating: Brasilien, Türkei und China mit größtem EBIT Anstieg geg. 2007
 - Projektergebnis Automotive
- - Hohe Fixkosten in Deutschland
 - CZ-Standorte mit höheren Personal-kosten und neg. Währungsentwickl.
 - Margenschwacher US-Auftrag

Anmerkung: Außenumsatz Grammer Konzern = Gesamtumsatz Automotive + Seating Systems minus Konsolidierung interner Umsätze
 EBIT Grammer Konzern = EBIT Geschäftsbereiche minus operatives Ergebnis Zentralfunktionen

Investment pro Segment [in Mio. EUR]



Investitionsprojekte 2008

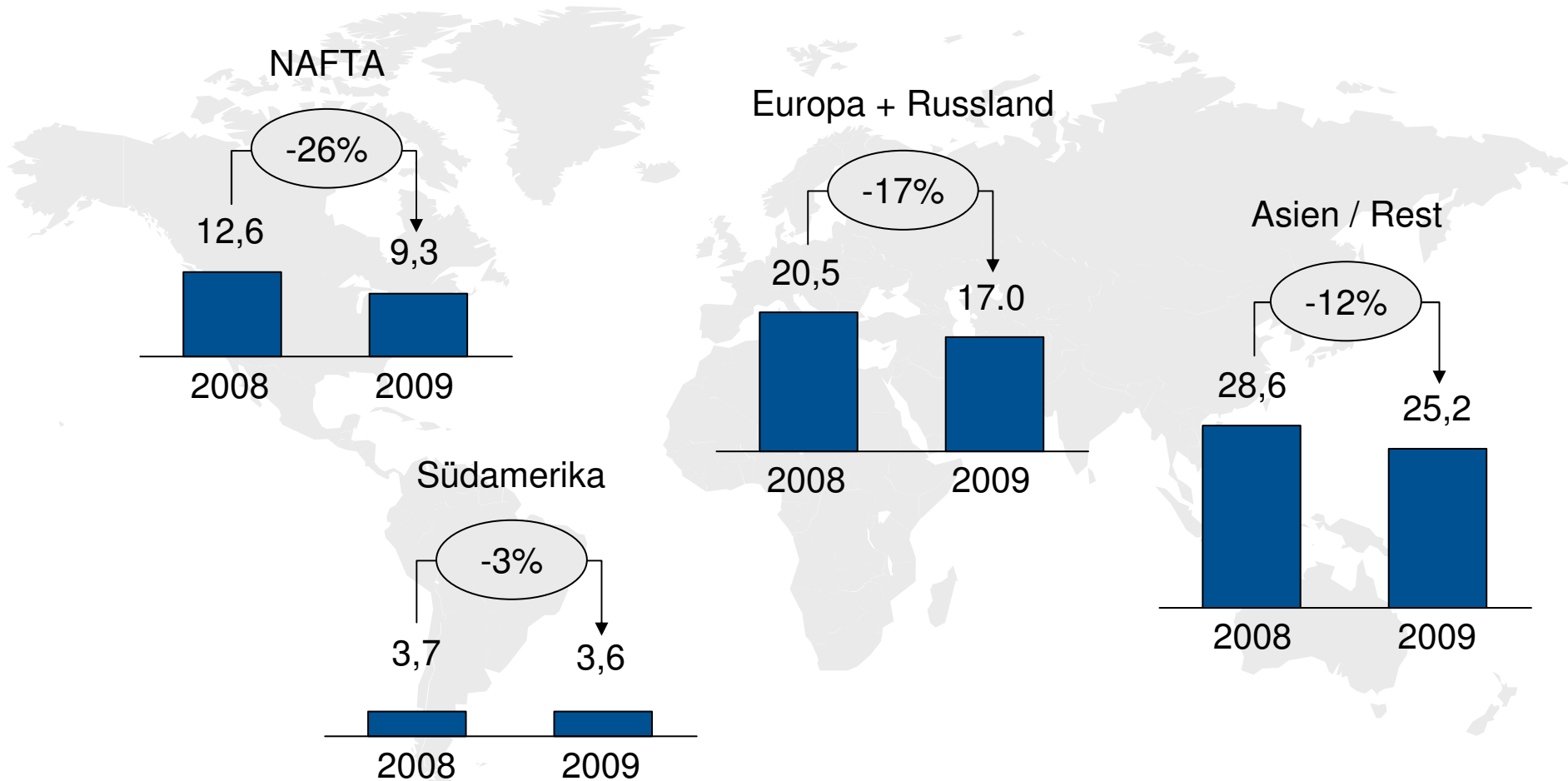
- Ausbau des Standorts in Shanghai als F&E Zentrale in Asien und Produktionsstandort für Mittelkonsolen
- Aufbau eines low-cost „cut&sew“ Standorts in Serbien für alle Nähumfänge im Bereich Automotive
- Aufbau unseres Werks in Schmölln (Ost-Deutschland)
- Start-up Investitionen in Deutschland und der Türkei für die neue LKW-Sitz Generation „Echo“
- Investitionen für das weltweite Lean roll-out
- Upgrade der weltweiten SAP Infrastruktur



Marktsituation

Weltweiter Einbruch der Automobilmärkte

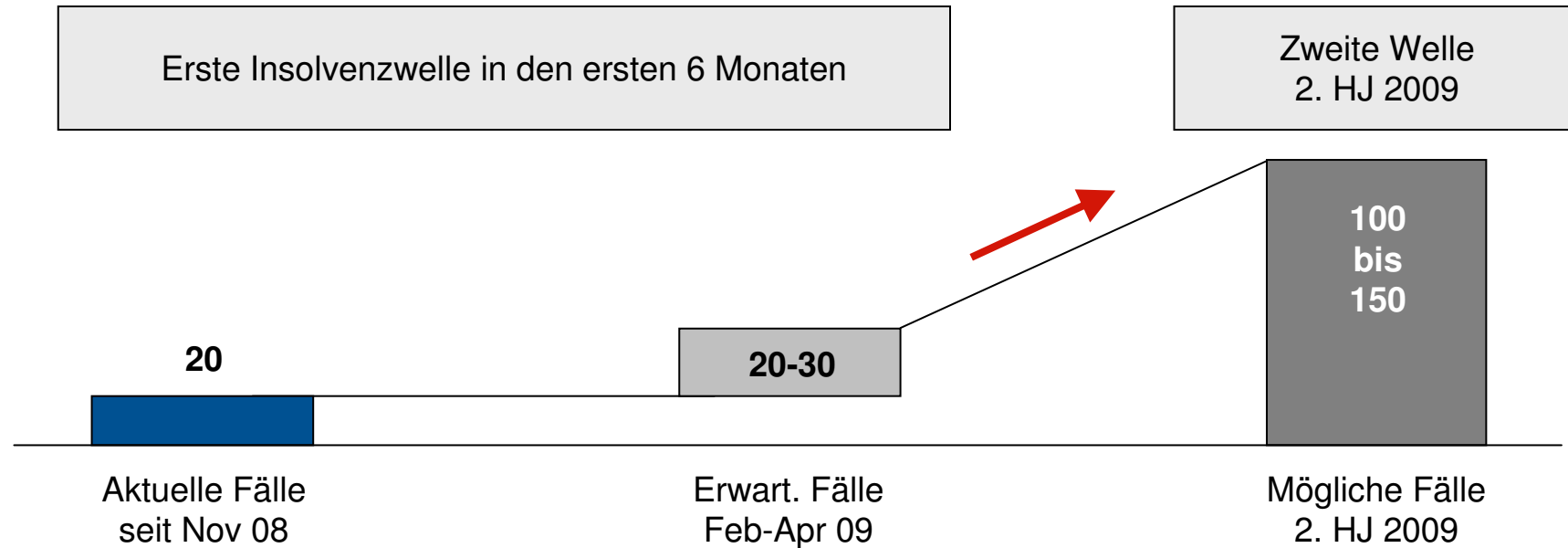
Weltweite PKW-Produktion [in Mio. Einheiten]



Source: CSM Worldwide, Feb. 2009



Insolvenzen deutscher Automobilzulieferer



Beispiele von insolventen deutschen Zulieferunternehmen:

Feb. 2009:	Edscha	5.800 Mitarbeiter	Dachmodule
Dez. 2008:	Stankiewicz	2.000 Mitarbeiter	Schallisolationen
Dez. 2008:	TMD	2.000 Mitarbeiter	Bremsbeläge

Quelle: RolandBerger, eigenes Research

Truck Markt



Markteinbruch von -50 % erwartet
Kurzarbeit auch im LKW-Bereich

VOLVO

Auftragseingang -82 % in Q4/2008

SCANIA

Auftragseingang -98 % in Q4/2008



Produktionsrückgänge um 30 %
Kurzarbeit an 42 Tagen in 2009

Offroad Markt



JOHN DEERE

Kurzarbeit am Standort Mannheim
Marktrückgang von bis zu -25 % erwartet



Marktrückgang bei Traktoren bis zu -20 %
Marktrückgang bei Baumaschinen bis zu -45 %



Umsatzrückgang von -30 % erwartet
Abbau von 20.000 Arbeitsplätzen weltweit



Branchenaussichten in 2009 weiter eingetrübt
Der Markt hat sich deutlich abgeschwächt

Quelle: VDA, RolandBerger, eigenes Research



Gegenmaßnahmen

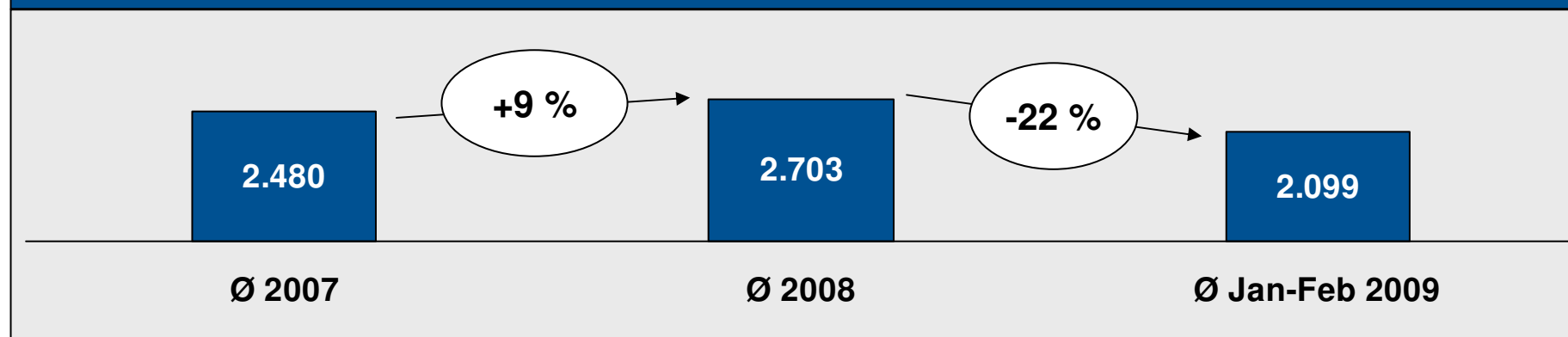
Zahlreiche Gegenmaßnahmen wurden im GRAMMER Konzern umgesetzt

- Nutzung von Gleitzeit, Minusstunden, Abbau von Überstunden
- Keine Verlängerung von befristeten Verträgen, Freisetzung von Leiharbeitern
- Kurzarbeit für alle Standorte in Deutschland inklusive der Konzernzentrale seit Januar 2009
- Massive Kapazitäts- und Personalanpassung an allen ausländischen Standorten
- Abbau von 227 Mitarbeitern in den 3 Standorten in der Region Amberg durch Verbesserung der Betriebsabläufe in der Produktion und strukturelle Optimierung der Overhead-Organisation
- Schließung des Werks in Greenville, USA und Verlagerung unseres Standorts Horazdovice/Tschechien
- Vorstand schlägt der Hauptversammlung vor, für 2008 keine Dividende zu zahlen
- Stopp bzw. Verschiebung von Investitionen und deutliche Reduzierung der sonstigen Ausgaben
- Vereinbarung mit der IG Metall zur vorzeitigen Auflösung des Ergänzungstarifvertrags Ende 2009. Damit erhält GRAMMER die notwendige Flexibilität um auf Marktveränderungen schnell zu reagieren

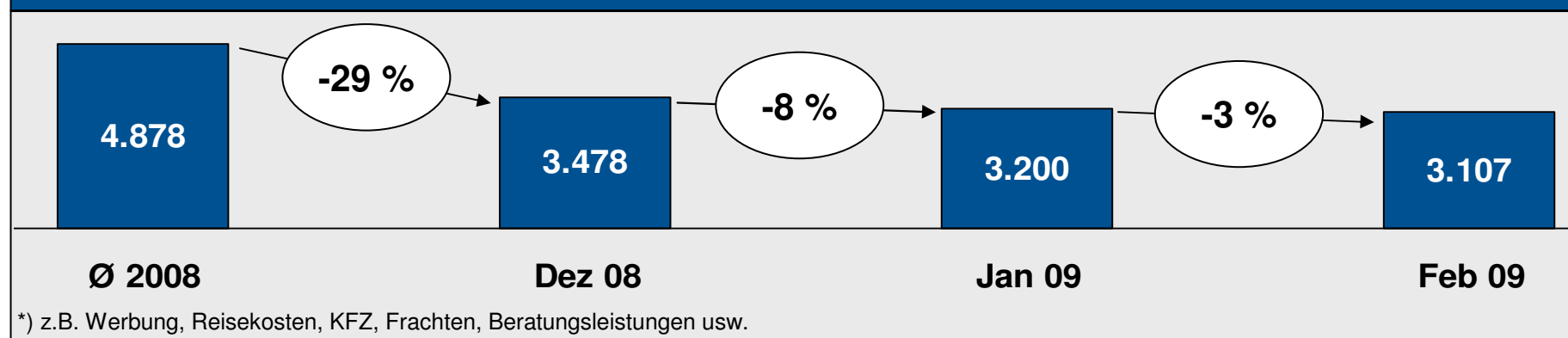
Maßnahmen - Reduzierung Investitionen & Kosten

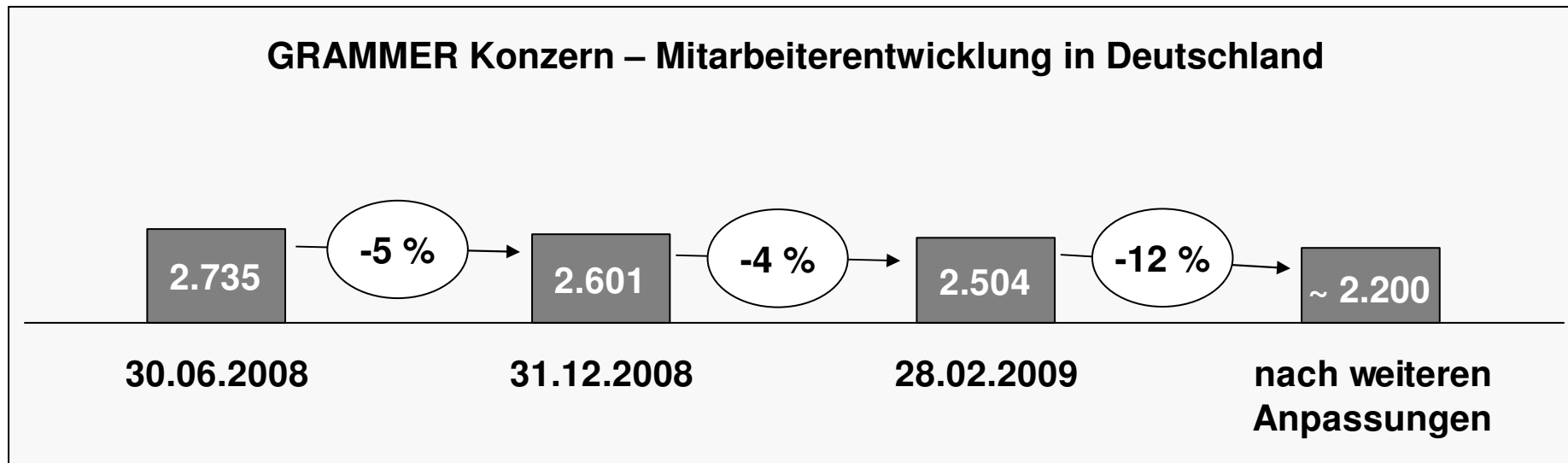
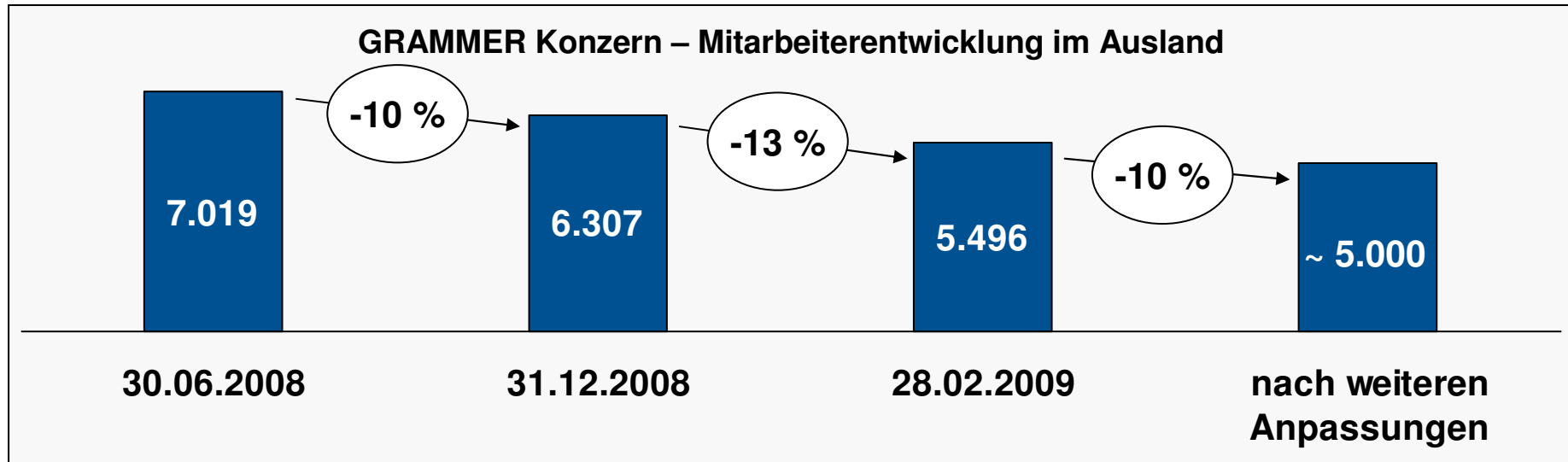


GRAMMER Konzern Sachanlagen-Investitionen pro Monat [in Tsd. EUR]

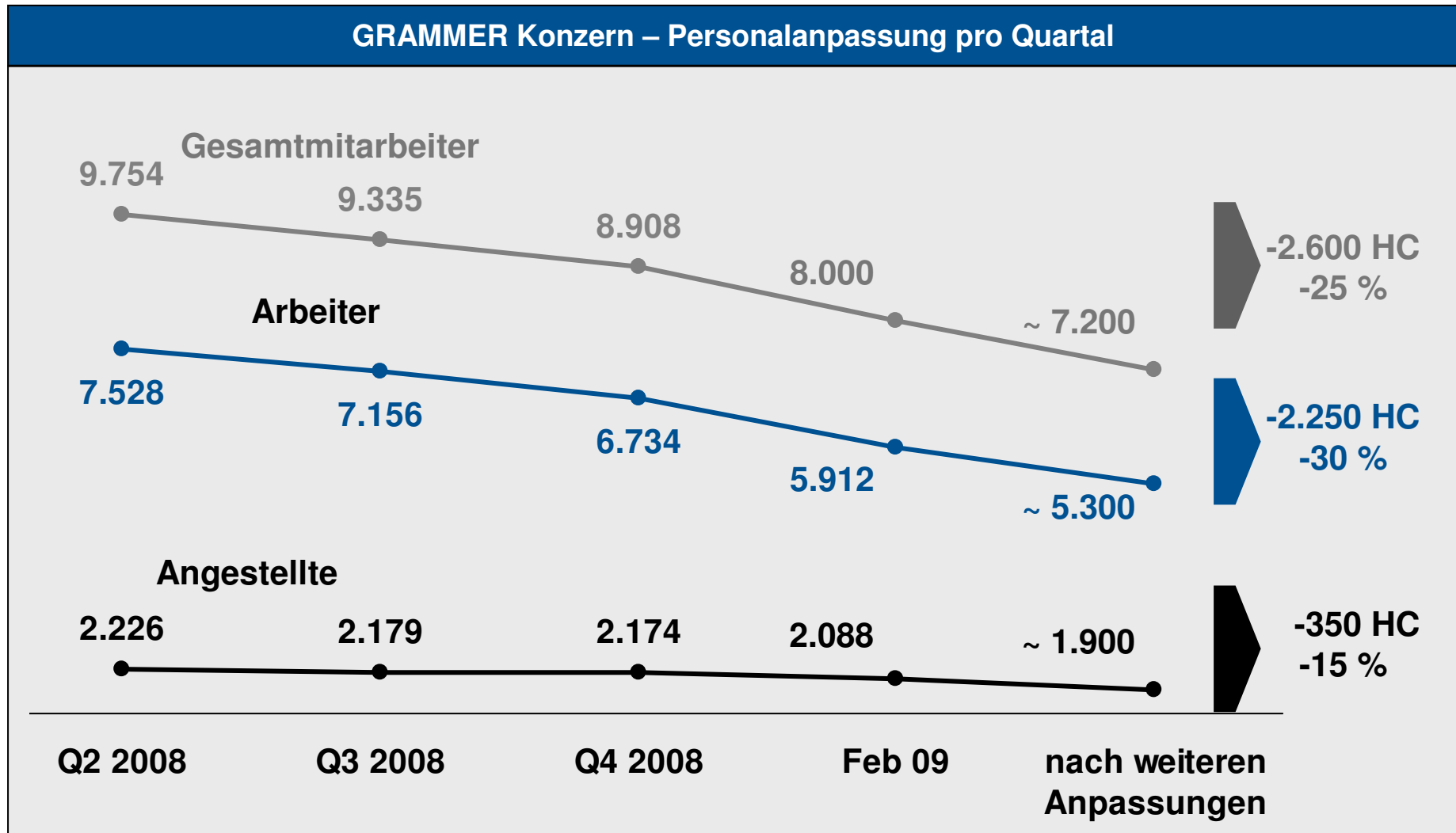


GRAMMER Konzern Beeinflussbare* sonstige Kosten pro Monat [in Tsd. EUR]

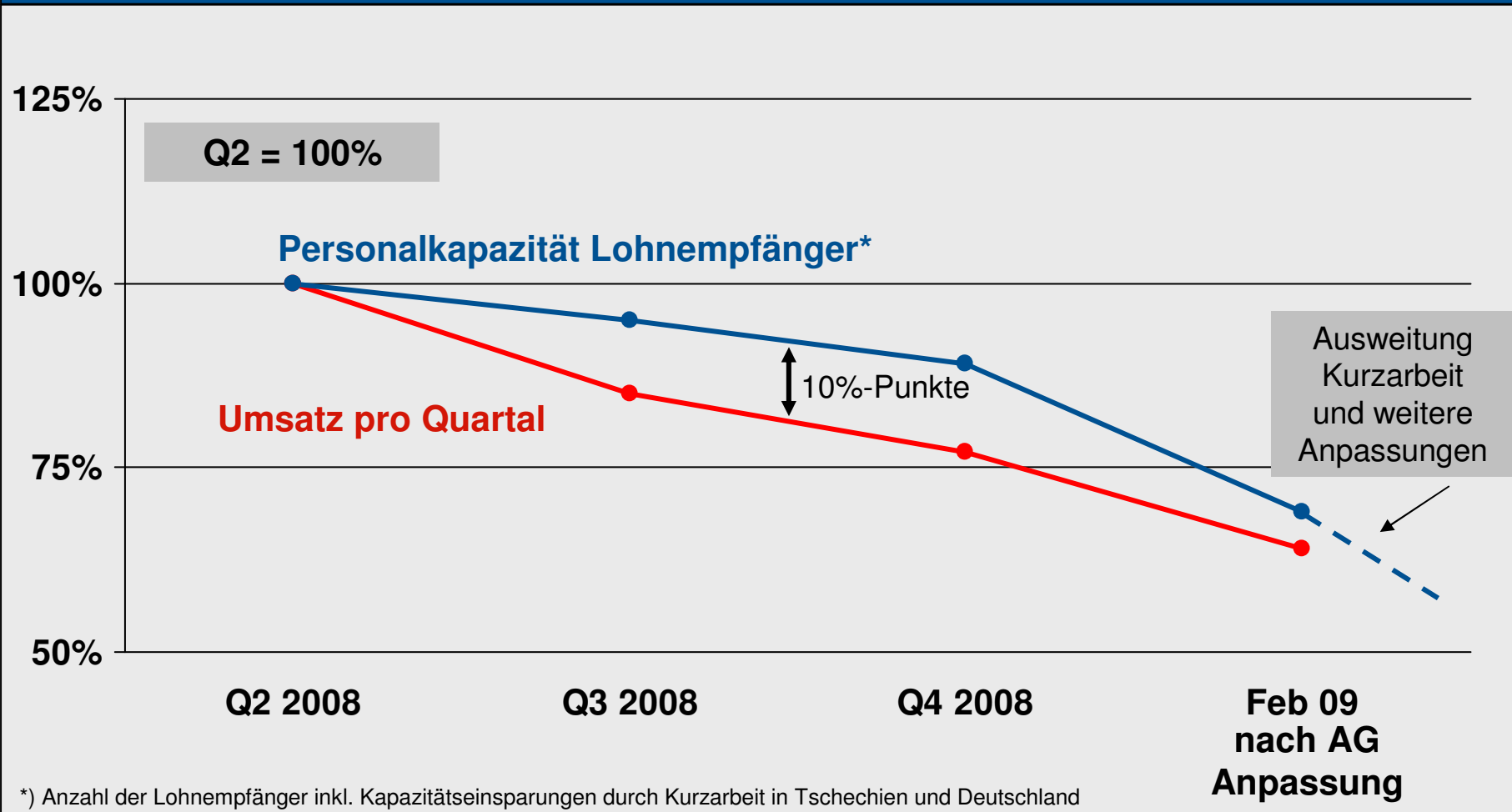




Maßnahmen - Personalanpassung pro Quartal



GRAMMER Konzern – Entwicklung Personalkapazität und Umsatz



GRAMMER Konzern – Lean Philosophie

GRAMMER Lean Transformation

- Kunden Takt-Zeit legt das Tempo und die Ressourcen der Produktion fest
- Prozesse zur Sicherung eines durchgehenden „Null-Fehler“ Produktionsablaufs (Kanban Pull Flow System)
- Anordnung der Linien nach Montagezellen (meist U-förmigen Zellen)
- Linien werden bestückt durch Mini-Züge mit direktem Bestückungssystem in kleinen Containern
- Kit-Bildung bei Kaufteilen und Baugruppen
- Globale Visualisierungsstandards

GRAMMER Konzern – Lean Projekt am Beispiel “Masterplan Nähen”

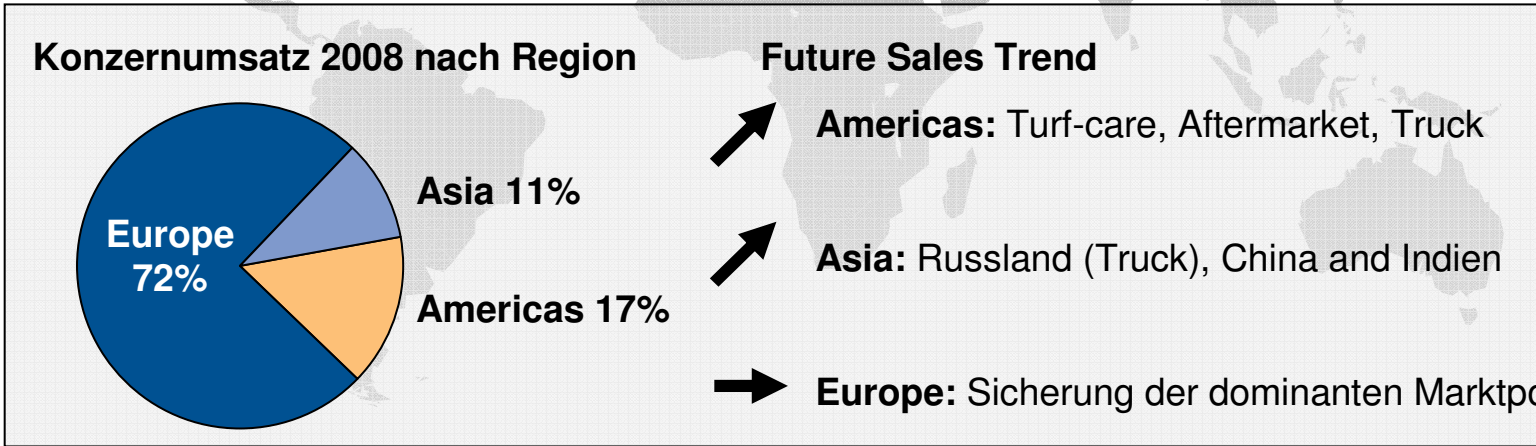
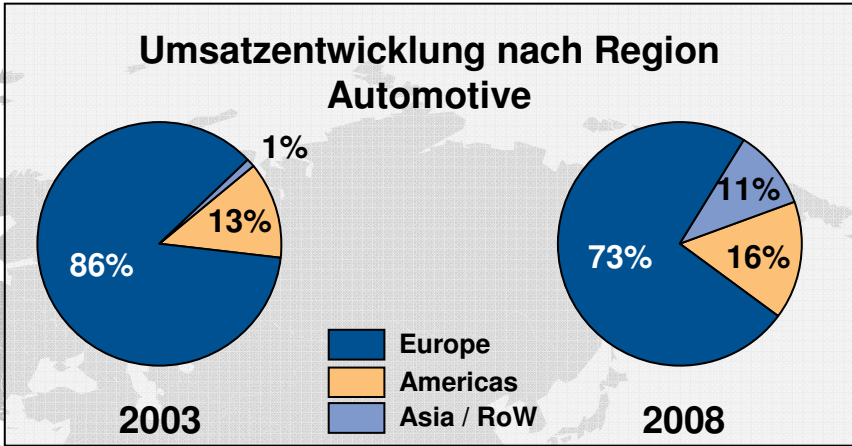
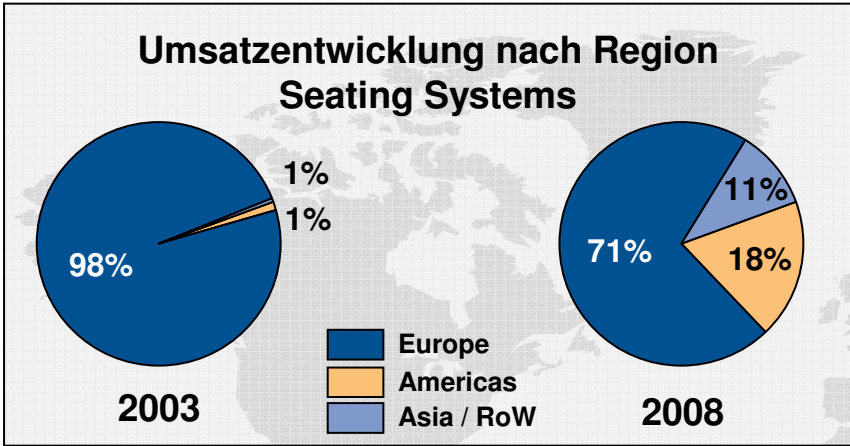
Projekt

- **Verbesserung der Produktmargen durch kosteneffizienten Einsatz der Nähkapazitäten**
- **Pooling aller Automotive Nähumfänge in den “Low-Cost” Werken in Serbien und Bulgarien**
- **Vorteile und Grundlagen:**
 - Niedrigere Produktionskosten durch billigere Nähminute (z.B. Serbien 0,09 € vs. CZ 0,19 €)
 - Abbau von Näherinnen in den Montage-Werken in CZ, Spanien, Polen und Slowenien
 - Nähprozess folgt dem Lean Prinzip (One-Piece-Flow, U-förmige Zellen)
 - Next Step: “Stand-up sewing” Konzept für weitere Produktivitätsverbesserungen



Strategische Eckpunkte

GRAMMER erhöhte kontinuierlich die internationale Präsenz



Marktposition und Trends

Offroad

- #1 im Bereich Offroad. Dominierende Marktposition in Europa und Südamerika.
- Trend zu höherwertigen Qualitätssitz-Systemen

Truck

- Marktführer in Südamerika und Mittleren Osten und #2 in Europa. Eintritt in Russland
- Größtes Wachstum in China, Asien und Russland. Trend zu höherwertigen Sitzen

Railway

- Marktführer im Bereich Hochgeschwindigkeits- und Fernzüge
- Hohe Investitionen in das Schienennetz in Asien (spez. China) und im Fernen Osten

Automotive

- Starke Position bei Armlehnen und Kopfstützen mit breitem Kunden- und Produktportfolio
- Integration der Armlehne in die Mittelkonsole => Anbieter von Mittelkonsolen-Systemen

**Markt- und Technologieführer in allen relevanten Märkten.
Mit hoch-innovativen Produkten kann GRAMMER diese Trends für zukünftiges Wachstum nutzen**

Strategische Highlights und Erfolgsfaktoren

Offroad

- Stärkung der weltweiten Führungsposition in Innovation und Technologie
- Sicherung der Marktführerschaft in Europa
- Zugang zu neuen Marktsegmenten in den USA und Nutzung der Wachstumschancen in den „Emergin Markets“
- Ausbau Aftermarket & Service, Händlernetz

Truck

- Realisierung von Kernprojekten zur Stärkung GRAMMER als einen führenden Global Player
- Start der neuen GRAMMER LKW-Sitzgeneration „ECHO“ in Europa und NAFTA
- Marktzugang in Russland, Indien und China mit lokaler Produktion und Partnerschaften

Railway

- Verbesserung der Kostenstruktur durch Verringerung der Modularität der Produkte
- Optimierung der „Supply Chain“ und Werke
- Start neuer Hochgeschwindigkeits- und Regionalprojekte
- Marktzugang in Asien (spez. China) mit lokaler Produktion und Partnerschaften

Automotive

- Etablierung von GRAMMER als Tier1 Systemlieferant für Mittelkonsolen
- Optimierung der Kostenstruktur in den osteuropäischen Standorten
- Ausbau der Geschäftsbeziehung mit Daimler
- Stärkung der Kernprozesse und Ausbau der Insourcing-Aktivitäten

Strategische Highlights und Erfolgsfaktoren

F&E

- Definition einer Produktentwicklungs-Roadmap
- Stärkung des globalen F&E-Netzwerks
- Ausbau unserer Low-Cost F&E Standorte
- Einführung Launch/Project Management GPD (GRAMMER Product Development)

Operations

- Entwicklung und Einführung GRAMMER Production System (GPS)
- Einführung des Lean Production System in allen Werken weltweit
- Umsetzung des „Low-Cost“ Nähkonzepts
- Optimierung des globalen Produktionsstandort-Konzepts

Supply Chain Management

- Weltweite Einkaufsstrategie mit definierter Lieferantenbasis (Best-cost-country-sourcing)
- Verkleinerung Lieferantenbasis (Top 150)
- Überwachung der finanziellen Situation von kritischen Kernlieferanten

Quality

- Einführung GPQ (GRAMMER Produces Quality) in allen Werken weltweit
- Sicherstellung eines kontinuierlichen Qualitätsprozesses entlang der gesamten Wertschöpfungskette
- Lean Philosophie innerhalb der Qualitätsorganisation

Finanzkalender 2009

- Geschäftsbericht 2008: 31. März 2009
 - Analysten- und Pressekonferenz: 31. März 2009
 - Zwischenbericht 1. Quartal 2009: 12. Mai 2009
 - Hauptversammlung in Amberg: 28. Mai 2009
 - Zwischenbericht 2. Quartal 2009: 11. August 2009
 - Zwischenbericht 3. Quartal 2009: 10. November 2009
-

Investor Relations Kontakt

Ralf Hoppe

Tel: +49 (0)9621 66 2200

Fax: +49 (0)9621 66 32200

Email: investor-relations@grammer.com

Internet: www.grammer.com

This presentation has been prepared by Grammer AG solely for the analyst and press conference in March 2009. It has not been independently verified. It does not constitute an offer, invitation or recommendation to purchase or subscribe for any shares or other securities issued by Grammer AG. Nor shall any part of it form the basis of, or be relied upon in connection with, any contract or commitment whatsoever.

Therefore, neither Grammer AG nor any of its affiliates, advisors or representatives shall have any liability whatsoever (in negligence or otherwise) for any loss that may arise from any use of this document or its contents, or which otherwise results from this document.

This presentation includes assumptions, estimates, forecasts and other forward-looking statements, including statements about our beliefs and expectations regarding future developments as well as their effect on the results of Grammer. These statements are based on plans, estimates and projections currently available to the management of Grammer. Therefore, these statements are only valid for the date on which they are made, and we assume no obligation to publicly update them in the light of new information or future events. Furthermore, although management is of the opinion that these statements and their underlying beliefs and expectations are realistic, no guarantee can be given that the expected developments and effects will actually occur. Many factors may cause the actual development to be materially different from the expectations expressed here. Examples of such factors include, but are not limited to, changes in general economic and business conditions, fluctuations in currency exchange rates or interest rates, the launch of competing products, the lack of acceptance of new products or services and changes in business strategy.