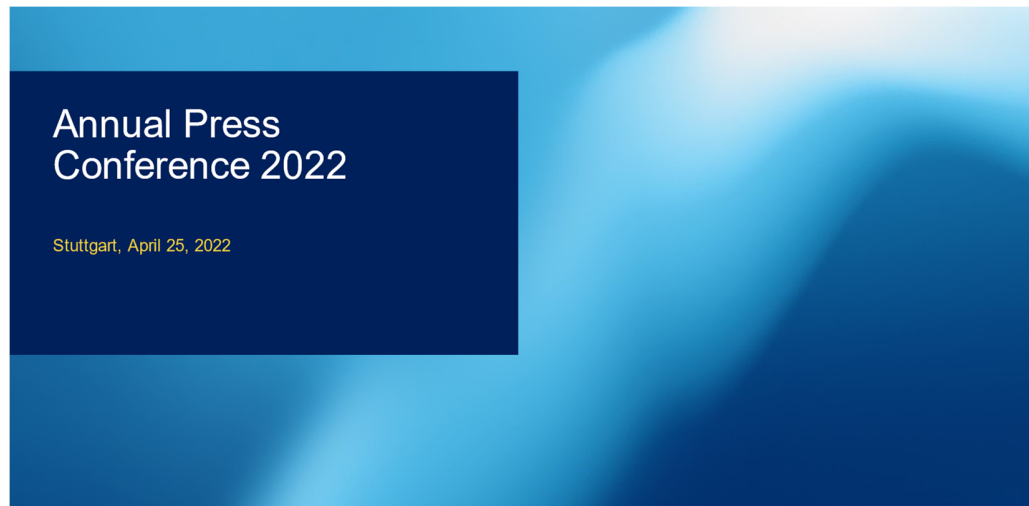


Unter Sperrfrist bis  
25. April 2022, 10:00 Uhr MESZ



# MAHLE

**Es gilt das gesprochene Wort**

Statements:

**Michael Frick**

Stellvertretender Vorsitzender der MAHLE Konzern-Geschäftsführung und CFO

**Anke Felder**

Mitglied der MAHLE Konzern-Geschäftsführung und Arbeitsdirektorin

*[Michael Frick]*

herzlich willkommen zur Bilanzpressekonferenz.

Ich begrüße Sie heute zu dieser Veranstaltung, da Matthias Arleth, der im Januar als CEO zu MAHLE gekommen war, unser Unternehmen Ende dieses Monats verlassen wird. Der Aufsichtsrat und Herr Arleth haben sich einvernehmlich auf eine Beendigung der Zusammenarbeit verständigt, da es unterschiedliche Auffassungen über die künftige strategische Ausrichtung des Konzerns gab. Es ist schade, dass die Zusammenarbeit nicht funktioniert hat. Wir wünschen Matthias Arleth für seinen weiteren beruflichen Weg und auch persönlich alles Gute.

Meine Damen und Herren,

Wir agieren derzeit in einem Umfeld, das schwieriger kaum sein könnte. In Europa herrscht Krieg. Dass unsere Branche auch weiterhin mit den Auswirkungen der Coronapandemie zu kämpfen hat, rückt angesichts der aktuellen Ereignisse in den Hintergrund – und bleibt dennoch ein Thema, dem wir uns widmen müssen. Daher liegt aktuell der Fokus darauf, beide Herausforderungen zu managen.

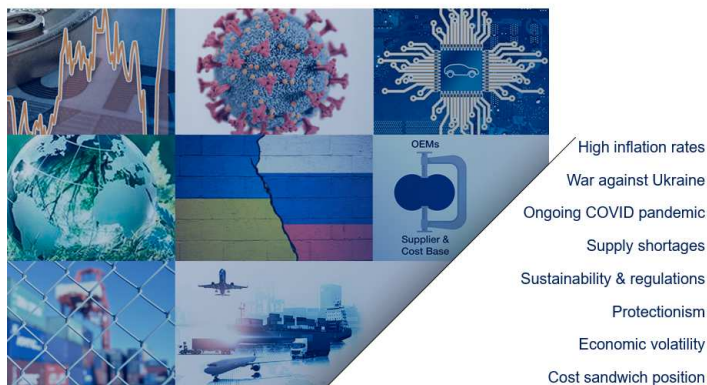
MAHLE verurteilt den russischen Angriff auf die Ukraine. Wir sind schockiert von den Ereignissen. Den Menschen in der Ukraine und auf der Flucht vor dem Krieg gilt unsere Solidarität und unsere Unterstützung.

In den vergangenen Wochen haben viele unserer Kolleginnen und Kollegen nicht nur ihre Betroffenheit ausgedrückt, sondern auch geholfen, zum Beispiel in Form von Geld- und Sachspenden oder bei der Unterbringung von Flüchtlingen.

MAHLE unterstützt dieses Engagement ausdrücklich. Als Unternehmen leisten wir lokale Unterstützung in verschiedener Weise. Wir haben den humanitären Einsatz für die Menschen in der Ukraine mit einer Unternehmensspende über die MAHLE Stiftung unterstützt. Zudem spendet unsere Belegschaft an das Stiftungsprojekt „Ukraine: Flucht vor dem Krieg“. Ich danke allen, die persönlich einen Beitrag leisten, sehr herzlich.

MAHLE unterstützt alle politischen Entscheidungen und wirtschaftlichen Sanktionen, die dafür sorgen, dass die Waffen bald schweigen und eine friedliche Lösung gefunden wird.

Geopolitical and economic issues challenge companies and societies



2 Annual Press Conference 2022

MAHLE

Der Ukrainekrieg belastet unsere Branche, die angesichts der anhaltenden Coronapandemie ohnehin bereits unter größter Anspannung steht, zusätzlich. Die gravierenden Lieferkettenprobleme eskalieren über das bekannte Halbleiterthema hinaus. Hinzu kommt verschärfter Druck durch gestiegene Material-, Energie- und Produktionskosten sowie massive Preissteigerungen bei Verpackung und Fracht. Wir haben es aktuell mit Kostensteigerungen zu tun, deren Ausmaß alles Vorherige übertrifft und dessen Entwicklung überwiegend außerhalb unserer Kontrolle liegt.

Neben notwendigen Gesprächen mit unseren Kunden bleiben strenge Ausgaben- und Kostendisziplin das A und O für unseren Konzern. Damit schaffen wir uns den stabilen finanziellen Rahmen, den wir brauchen, um zukunftsorientiert zu agieren. Während MAHLE die Corona-bedingten Belastungen in den vergangenen zwei Jahren zu einem großen Teil übernommen hat, bin ich zutiefst davon überzeugt, dass in der jetzigen Situation Automobilhersteller und Zulieferer nun gemeinsam gefordert sind, als Partner über eine faire Lastenverteilung aus dieser schwierigen Situation herauszufinden.

Die Lösung der aktuellen Herausforderungen ist ein Kraftakt für das Unternehmen, das sich gerade in einer tiefgreifenden technologischen und strukturellen Transformation befindet. Aber MAHLE ist ein Unternehmen, in dem man mit Freude, Leidenschaft und

großer Expertise arbeitet. Daher bin ich zuversichtlich, dass wir die Herausforderungen meistern können.

MAHLE ist ein Unternehmen, das die Geschicke unserer Branche stets aktiv mitgestaltet hat. Wir werden dafür arbeiten, dass das auch in Zukunft so bleibt. Daran ändern auch die aktuellen Veränderungen an der Konzernspitze nichts. MAHLE wird mit unverminderter Kraft seine Transformation umsetzen. Der Strategieprozess, den wir im vergangenen Jahr gestartet haben, wird in diesem Jahr mit voller Konzentration fortgeführt.

Dabei sehen wir die CO<sub>2</sub> Neutralität im Sinne des Pariser Klimaabkommens als unseren Arbeitsauftrag. Der fundamentale Wandel hin zu einer klimaneutralen Mobilität kann nur mit Innovationskraft gemeistert werden.

Using all technologies to achieve CO<sub>2</sub> climate goals in the transport sector



© Annual Press Conference 2022

MAHLE

Für uns ist entscheidend, was unsere internationalen Kunden in verschiedensten Bereichen wollen – vom Zweirad über Pkw bis hin zum Nutzfahrzeug.

Der gegenwärtig größte Marktbedarf in Europa besteht bei der Elektromobilität. Aber für CO<sub>2</sub>-Neutralität im Verkehrssektor wird das nicht reichen. Wir müssen mehr tun. Und wir

müssen schneller werden. Dort, wo die E-Mobilität jetzt noch an ihre Grenzen stößt, können wir die Lücke mit anderen Technologien schließen.

Denn auch wenn sich der Wandel hin zu klimaneutraler Mobilität beschleunigt, müssen wir anerkennen, dass die globale Mobilität heterogen ist und das Entwicklungstempo der E-Mobilität von Land zu Land sehr unterschiedlich. Autos und Lastwagen mit Verbrennungsmotoren werden also noch viele Jahre auf den Straßen dieser Welt unterwegs sein. MAHLE wird in diesem Bereich ein verlässlicher Partner für Markt und Kunden bleiben.

Auch wenn der Anteil an klassischen Antrieben zurückgehen wird, steigen die Anforderungen an diese Produkte weiter, wenn es um die Verringerung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes, die Verbesserung des Wirkungsgrades sowie regulatorische Auflagen – Stichwort Euro 7 – geht. Deshalb werden wir auch in diesem Segment mit hochmodernen Produkten den Effizienzfortschritt vorantreiben.

Denn der Verbrennungsmotor kann mit nicht-fossilen Kraftstoffen, etwa E-Fuels, einen Beitrag zum Klimaschutz leisten – und das sofort. Und darum geht es doch.

Aber machen wir uns nichts vor. Wir stehen in einem zunehmend härter werdenden Wettbewerb. Der „Verbrennerkuchen“ wird kleiner. In zahlreichen Produktbereichen sind wir Marktführer. Dort sehe ich für uns große Chancen, unsere Position auszubauen und die Rolle des aktiven Konsolidierers einzunehmen. Wir wollen derjenige sein, der bei der Aufteilung des Marktes maßgeblich mitwirkt und davon profitiert.

Das ist wichtig, denn der damit erzielte wirtschaftliche Erfolg bildet die Basis für die Stärkung der Zukunftsthemen von MAHLE. Dort werden wir schnell wachsen, um auch hier ein relevanter Marktakteur zu bleiben.

Deshalb sind wir konsequent in der Weiterentwicklung unseres Produktportfolios für die batterieelektrische Mobilität. Wir bleiben aber auch in anderen Technologiefeldern aktiv, um bereit zu sein, sobald die Märkte und Kunden diese verlangen. Beispiele sind die Brennstoffzelle oder der Wasserstoffmotor, für die wir besonders im Nutzfahrzeugsektor Potential sehen.

Das bedeutet in Summe: Wir werden unseren technologischen Transformationskurs beschleunigen! Unsere F+E Investitionen gehen zu nahezu 100 Prozent in die Zukunftsthemen.

Successfully on track for transformation



Meine Damen und Herren,

gleichzeitig konzentrieren wir uns auf notwendige strukturelle Anpassungen. Sie sind Teil unseres Wandels auf dem Weg zu einer nachhaltigen Mobilität. Das heißt, dass wir die Entwicklung unserer Geschäftsfelder und Standorte fortlaufend überprüfen, um auf Veränderungen im Markt und bei den Kunden reagieren zu können. Diesen Prozess haben wir vor Jahren eingeläutet und führen ihn konsequent weiter.

Dabei geht es auch darum, Perspektiven für unsere Standorte in Europa zu finden, die bislang stark vom Geschäft mit dem Verbrennungsmotor abhängen. Wir schauen gemeinsam mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie deren Interessensvertretern auf Möglichkeiten, Werke neu auszurichten, Schwerpunkte zu verändern – also individuelle Lösungen zu erarbeiten. Das erfordert den Einsatz und den Willen aller Beteiligten, und wir sehen an einzelnen Beispielen, dass es funktionieren kann.

Entscheidend für eine erfolgreiche Transformation ist, dass wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf diese Reise mitnehmen. Sie sind unser wichtigstes Gut. Daher legen wir viel Energie in Maßnahmen zum Aufbau neuer Fähigkeiten und Fertigkeiten der Beschäftigten. Dazu gleich mehr von meiner Kollegin Anke Felder.

Meine Damen und Herren,

damit komme ich nun zum Geschäftsjahr 2021. Es war außergewöhnlich herausfordernd und höchst volatil. Das laufende dürfte angesichts des Kriegs in der Ukraine und der humanitären und wirtschaftlichen Folgen noch unvorhersehbarer werden. Darauf müssen wir uns einstellen.

Die Autokonjunktur zeigte in den ersten Monaten des Jahres 2021 Zeichen einer allgemeinen Erholung. So konnten wir das erste Halbjahr positiv abschließen.

Das zweite Halbjahr dagegen gestaltete sich deutlich schwieriger. Neue Virusvarianten und verschärfte Lieferengpässe bei Halbleitern sowie Lieferkettenprobleme führten zu den Ihnen bekannten Produktionseinbrüchen bei den Automobilherstellern und damit zu Reduzierungen von Kundenabrufen bei uns. Insofern hätten wir deutlich mehr Umsatz erzielen können und nehmen einen weiter wachsenden Nachfragestau wahr.

Parallel dazu hatten wir massive Erhöhungen bei Materialpreisen, Energiekosten und Frachtraten zu verkraften. Diese enormen Preissteigerungen konnten wir nur teilweise an unsere Kunden weitergeben und lasten daher auf unserer Gewinn- und Verlustrechnung.

Wir konnten die Probleme dämpfen, auch weil wir mit unseren Struktur- und Kostensenkungsprogrammen weltweit auf gutem Weg waren und Vorsorge trafen. Wir hatten die Bestände fest im Blick und waren gleichwohl gegenüber unseren Kunden stets lieferfähig.

MAHLE hat das Jahr 2021 unterm Strich also besser als das Jahr 2020 abgeschlossen.



5 Annual Press Conference 2022

Dies zeigt sich in unseren Zahlen. Unser Konzernumsatz ist im vergangenen Jahr zweistellig gewachsen. Er stieg von 9,8 auf 10,9 Milliarden Euro. Bereinigt um Änderungen im Konsolidierungskreis sowie um Wechselkurseffekte entspricht das einem Plus von 11,9 Prozent. Damit sind wir stärker gewachsen als die internationalen Märkte für Pkw und leichte Nutzfahrzeuge, die um 3,5 Prozent zulegten.





6 Annual Press Conference 2022

Alle MAHLE Geschäftsbereiche und Profit Center konnten ihre Umsatzerlöse organisch steigern. Die höchsten Zuwächse verzeichneten unsere beiden Geschäftsbereiche, die sich auf zukunftsgerichtete Technologien konzentrieren. Der Bereich Thermomanagement legte um 13 Prozent zu, dies insbesondere durch Klimatisierungskomponenten, aber auch durch Produkte für die Elektromobilität, wie zum Beispiel Batteriekühlungen. Der Geschäftsbereich Elektronik und Mechatronik wuchs um 16 Prozent. Unter anderem beeinflusste die Ausweitung unserer E-Bike-Aktivitäten die Entwicklung dieses Bereichs positiv.

Zudem performte auch unser Ersatzteil- und Zubehörgeschäft, der sogenannte Aftermarket-Bereich, mit einem Umsatzwachstum von 18,5 Prozent stark.

In unseren klassischen Bereichen profitierten wir von der allgemeinen Erholung der Märkte mit Wachstumsraten von 6,5 Prozent bei Filtration und Motorperipherie und 12 Prozent bei Motorsystemen und -komponenten. Die regional sehr unterschiedlichen Wachstumsraten bei Komponenten für Verbrennungsmotoren zeigen, dass die Märkte sehr unterschiedliche Reifegrade in Sachen E-Mobilität haben.



Was die regionale Umsatzverteilung für MAHLE insgesamt anbelangt, so verzeichneten wir in allen Weltregionen deutliche Umsatzzuwächse.

In Asien verzeichneten wir einen organischen Umsatzanstieg von rund 15 Prozent. Hier wirkte sich die erstmalige Konsolidierung des Klimatisierungsgeschäfts der früheren Keihin Corporation positiv aus. Durch die Akquisition haben wir unsere weltweite Position bei der Klimatisierungstechnik und insbesondere unseren Marktzugang in Japan, Südostasien und in den USA verbessert.

In Europa erzielten wir knapp die Hälfte unseres Umsatzes. Er legte um knapp 11 Prozent zu. Trotz der angesprochenen Probleme auf den Versorgungsmärkten sorgte die zunehmende Binnennachfrage für Wachstumsimpulse.

Auch in Nordamerika zog die Nachfrage wieder an. Hier erzielten wir bereinigt um Wechselkurseffekte ein organisches Umsatzwachstum von 9 Prozent.

Einen wahren Wachstumsschub erlebten wir mit rund 48 Prozent in Südamerika. Dieses war unter anderem der hohen Nachfrage unserer dortigen Nutzfahrzeugkunden geschuldet.



5 Annual Press Conference 2022

MAHLE

Meine Damen und Herren,

MAHLE gelang es im vergangenen Jahr, seine Ertragskraft trotz erheblicher negativer Entwicklungen auf den Versorgungs- und Logistikmärkten zu steigern.

Nur um Ihnen einen Eindruck zu geben: Von Juli bis Dezember 2021 verteuerte sich beispielsweise Aluminium um rund 80 Prozent, die Frachtraten verdoppelten sich. In Summe machten die Mehrkosten rund 300 Millionen Euro aus.

Dennoch, die operativen Ertragskennzahlen fielen um einen hohen dreistelligen Millionenbetrag besser aus als im Vorjahr. Das EBIT erhöhte sich auf 169 Millionen Euro, und die EBIT-Marge stieg spürbar auf 1,5 Prozent. Im Vorjahr standen hier noch -192 Millionen Euro bzw. eine Marge von -2,0 Prozent zu Buche.

Diese positive Entwicklung ist zum einen auf die Umsatzsteigerungen und geringeren Restrukturierungskosten zurückzuführen. Zum anderen zeigten unsere Kosten- und Ausgabendisziplin sowie die Restrukturierungsprogramme den gewünschten Effekt.

Ein Wermutstropfen auf dem Weg zum Turnaround bleibt jedoch. MAHLE weist für das Geschäftsjahr 2021 noch einen Jahresfehlbetrag von 108 Millionen Euro aus. Immerhin konnten wir diesen gegenüber dem Vorjahr um 75 Prozent reduzieren.

Dieser Wechsel von positivem operativem Ergebnis zu negativem Konzernjahresergebnis war bedingt durch höhere Finanzierungsaufwendungen und höhere Steuerzahlungen, die wir nicht mit Verlustvorträgen verrechnen konnten.

Der Verlauf 2021 demonstriert aus meiner Sicht folgendes:

Die volatile Lage auf den weltweiten Märkten haben wir operativ gut meistern können. Wir blieben auch in anspruchsvollen Zeiten ein verlässlicher Partner unserer Kunden.

Wir stehen mitten in der Transformation. Wir wollen in neuen Technologien schnell wachsen und unser bisheriges Kerngeschäft profitabel aufrechterhalten. Dies erfordert Kraft und unsere ganze Aufmerksamkeit.

Deshalb sind wir bei unseren Forschungs- und Entwicklungsanstrengungen auf dem Gaspedal geblieben. 666 Millionen Euro investierten wir in Zukunftsthemen und damit 22 Millionen Euro mehr als im Vorjahr. Die R&D-Quote lag bei 6,1 Prozent.

Unsere Bilanzsumme erhöhte sich zum Bilanzstichtag um 506 Millionen Euro auf rund 8,6 Milliarden Euro. Der Anstieg ist in erster Linie positiven Wechselkurseffekten, notwendigen höheren Vorräten und einer erhöhten Liquiditätsausstattung durch Begebung einer Anleihe zuzuschreiben.

Gerade aufgrund der herausfordernden Umstände auf den Beschaffungsmärkten und der volatilen Abrufe und Abnahmemengen unserer Kunden haben wir erhebliche Anstrengungen unternommen, um die Kapitalbindung im Nettoumlaufvermögen (Net working capital) zu begrenzen.

Unser Eigenkapital verminderte sich trotz Jahresfehlbetrags und gestützt durch Wechselkurseffekte nur leicht um 39 Millionen Euro auf 2,05 Milliarden. Die Eigenkapitalquote hingegen ging um 1,9 Prozentpunkte auf 23,9 Prozent zurück, was im Wesentlichen der angesprochenen Ausweitung der Bilanzsumme geschuldet ist. Die Quote ist ein im Branchenschnitt unverändert guter Wert.

Im Zuge unseres globalen Wachstums haben wir die Konzernfinanzierung in den vergangenen Jahren breit aufgestellt. Unternehmensanleihen sind Teil unseres Finanzierungsportfolios. Zur Tilgung einer fälligen 300 Millionen Euro-Unternehmensanleihe haben wir im Mai 2021 eine 750 Millionen Euro-Unternehmensanleihe mit 7-jähriger Laufzeit begeben.

Es war unsere erste Anleihe mit externem Rating und die größte Transaktion unserer Konzerngeschichte. Die hohe Investorennachfrage unterstrich aus meiner Sicht das Vertrauen in die Strategie und Fähigkeit unseres Konzerns, seinen Wandel in einer entscheidenden Phase der Transformation zu beschleunigen.

Die im Vergleich zur Tilgung deutlich höhere Emission dient der Erhöhung unserer liquiden Mittel mit Blick auf eine 500 Millionen Euro-Unternehmensanleihe, die im Mai dieses Jahres fällig wird.

Diese zusätzliche Liquiditätsvorsorge ergänzt unsere nicht in Anspruch genommenen, fest zugesagten Kreditlinien von fast 2 Milliarden Euro. Diese tragen zur finanziellen Stabilität unseres Konzerns in diesen schwierigen Zeiten bei.

Unser Verschuldungsgrad, d.h. das Verhältnis von Nettoschulden zu EBITDA, verminderte sich von 2,1 im letzten auf 1,3 in diesem Jahr. MAHLE weist damit eine solide Struktur auf.

Neben den Investitionen in Sachanlagen haben wir unser Thermomanagement gestärkt: Wir haben das Thermogeschäft der Keihin Corporation in Japan akquiriert und unsere Beteiligungsquote an der MAHLE Behr Gruppe weiter aufgestockt.

Meine Damen und Herren,

MAHLE ist ein finanziell gesundes Unternehmen. Wir sind robust und resilient aufgestellt.

Trotz der Unwägbarkeiten und aller geopolitischen Risiken, die unser Geschäft derzeit beeinflussen, sind wir mit konsequenter Ausgaben- und Kostendisziplin darauf fokussiert, schnellstmöglich und nachhaltig den erfolgreichen Turnaround zu erreichen.

Damit übergebe ich an meine Kollegin, Arbeitsdirektorin Anke Felder.

*[Anke Felder]*

Vielen Dank, Michael.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

unsere Beschäftigten sicher durch die Pandemie zu bringen und gleichzeitig fit für die Zukunft zu machen, war auch im vergangenen Jahr Kern unserer Verantwortung.

Wir sind sehr dankbar für die Resilienz und das Engagement, das unsere Mitarbeitenden angesichts dieser andauernden Herausforderungen zeigen. Durch den herausragenden Einsatz unserer Krisenmanagementteams konnten wir auch im Jahr 2021 die gesundheitlichen und wirtschaftlichen Risiken der Pandemie bestmöglich verringern. Ein wichtiger Meilenstein in diesem Zusammenhang war unsere globale Impfkampagne. Über 13.000 Beschäftigte weltweit nutzten die Corona-Impfangebote von MAHLE.

Bei all den unterschiedlichen Erfahrungen, die wir in den letzten Jahren gemacht haben, ist eines klar: Wir werden die Art und Weise, wie wir arbeiten, auch nach der Pandemie dauerhaft verändern.

In diesem Zusammenhang haben wir bereits im vergangenen Jahr eine globale Richtlinie für mobiles Arbeiten entwickelt, die aktuell in den meisten Ländern ausgerollt wird. Damit fördern wir virtuelle Zusammenarbeit, Flexibilität und die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben auch für die Zeit „post Covid“.

Unser Ziel ist es, die Gewinnung und Bindung von Talenten, Produktivität sowie Kostenoptimierung unserer Infrastruktur miteinander zu verbinden.



10 Annual Press Conference 2022

Blicken wir auf die Zahl unserer Mitarbeitenden. Ende 2021 waren im MAHLE Konzern rund 71.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tätig. Das sind insgesamt knapp 900 weniger als im Jahr zuvor. Die Personalanpassungen sind insbesondere auf die herausfordernde Marktsituation, die globale Ressourcenknappheit sowie auf die allgemeine Transformation der Automobilbranche zurückzuführen.

In Nordamerika ging die Beschäftigtenzahl um 8 Prozent auf ca. 13.400 zurück. In Südamerika haben wir aufgrund einer sehr guten Auftragslage und hohen Produktionsauslastung wieder verstärkt eingestellt. Die Beschäftigtenzahl stieg um rund 10 Prozent auf über 8.700.

In Asien stieg die Beschäftigtenzahl auf rund 16.400, was einem Zuwachs von gut 4 Prozent entspricht und auch auf die Erstkonsolidierung des Thermogeschäfts der Keihin Cooperation zurückzuführen ist.

In Europa sind rund 32.000 Beschäftigte bei MAHLE tätig. Dies sind 3 Prozent weniger als 2020.

Zur strukturellen und strategischen Personalanpassung in Deutschland haben wir mit den Arbeitnehmervertretungen ein Freiwilligenprogramm an ausgewählten Standorten vereinbart. Unser Ziel war es, den erforderlichen Arbeitsplatzabbau möglichst sozialverträglich zu gestalten.

Insgesamt war die Resonanz der Beschäftigten an den Restrukturierungsstandorten auf das Freiwilligenprogramm gut. Große Teile des geplanten Personalanpassungsbedarfs konnten über das Programm realisiert werden.

## Mastering transformation with diverse talent



12 Annual Press Conference 2022

MAHLE

Meine Damen und Herren,

die massive Beschleunigung der Transformation in den vergangenen Jahren, hat den Veränderungsdruck in allen Bereichen erhöht. Auch MAHLE kann sich dem nicht entziehen.

Umso besser ist es dann, wenn Arbeitnehmervertreter und Unternehmensleitung ihre Ideen zusammenbringen. Daraus ist bei MAHLE der Transformationsdialog entstanden.

Dieses Gemeinschaftsprojekt von Geschäftsführung, Betriebsräten und IG Metall hat zum Ziel, ausgewählte deutsche Standorte durch gezielte Maßnahmen zukunftsfähig aufzustellen. Den Ausgangspunkt bildet eine Analyse der Stärken und Potentiale des jeweiligen Standortes. Darauf basierend werden gemeinsam Konzepte und Maßnahmen entwickelt, verabschiedet und umgesetzt.

Aufgrund des erfolgreichen Verlaufs an ausgewählten Pilotstandorten weiten wir den Transformationsdialog nun auf weitere Standorte in Deutschland aus.

Darüber hinaus möchten wir unsere Mitarbeitenden weltweit dabei unterstützen, die Kompetenzen und Fähigkeiten zu erwerben, die sie in einer sich verändernden



Mobilitätswelt benötigen. Unser Anspruch ist es daher, bedarfsgerechte, leicht zugängliche Qualifizierungsangebote zu schaffen.

Wir haben deshalb unsere Lernlandschaft, also die Art und Weise, wie Mitarbeitende qualifiziert werden, erneuert. Wir setzen auf flexible Formate und Plattformen, die sich einfach in den Arbeitsalltag integrieren lassen und breit verfügbar sind.

Alle Mitarbeitenden finden in dieser Lern- und Entwicklungsumgebung ihre relevanten Trainingsinhalte. Zudem steht ein Großteil dieser Angebote zeitlich flexibel zur Verfügung. Inhaltlich haben wir den Fokus noch stärker auf die E-Mobilität gerichtet.

Über unser reguläres Trainingsangebot hinaus haben wir zudem gezielte Re-Skilling-Initiativen erarbeitet. Beispielsweise vermittelt das weltweite Qualifizierungsprogramm „Transformation Roadmap“ Fähigkeiten und Kompetenzen im Bereich Elektrotechnik, Produkt- und Systemwissen, Entwicklungsmethoden und vielem mehr.

Für die Zukunftsfähigkeit von MAHLE ist noch ein weiterer Aspekt wichtig: Wir haben 2021 eine neue konzernweite Strategie zur Förderung von Diversity und Inclusion entwickelt. Sie soll uns helfen, unsere Innovationsleistung zu steigern, unsere Geschäftsziele als Team voranzutreiben und das Zugehörigkeitsgefühl zu festigen.

Ein zentraler Bestandteil ist die gezielte Stärkung von Frauen, zum Beispiel durch Trainings, Netzwerke und Kampagnen. Neu etabliert haben wir unter anderem das unternehmensweite „Female Empowerment Programm“. Dieses Format zeichnet sich durch Impulsvorträge zum Thema „Female Leadership“ und Gelegenheiten, Netzwerke zu bilden und zu pflegen, aus.

Wir werden weiterhin mit hoher Dringlichkeit an unseren Initiativen arbeiten, um die richtigen Lösungen für unsere Organisation in einem sich stark verändernden Markt- und Arbeitsumfeld zu schaffen.

Damit gebe ich zurück an Michael Frick.

[Michael Frick]

Positioning as tier-1 technology champion for climate-neutral mobility



11 Annual Press Conference 2022

MAHLE

Vielen Dank, Anke.

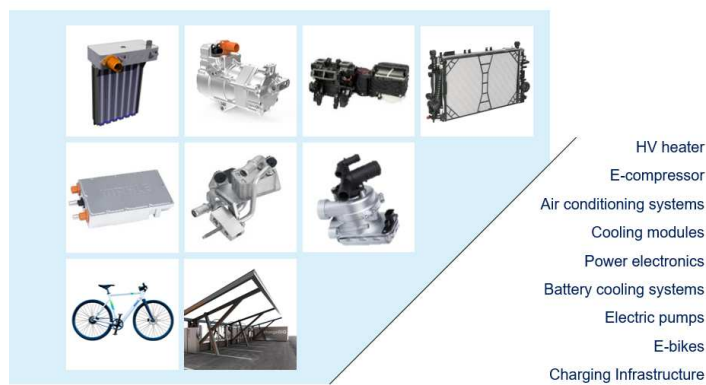
MAHLE ist in seiner Transformation voll auf Kurs. Auf der Technologieseite konnte der Konzern bereits im vergangenen Jahr mit spannenden Produkten auf sich aufmerksam machen.

Sie erinnern sich an unseren völlig neuartigen E-Motor: ein Nachhaltigkeits-Genie, das mit höchstem Wirkungsgrad und vollkommen verschleißfrei arbeitet. Dieser E-Motor kommt zudem ohne seltene Erden aus, was uns geopolitische Unabhängigkeit verschafft – ein Argument, das in diesen Zeiten wichtiger denn je ist. Zu diesem Motor erreicht uns bis heute eine überwältigende Resonanz. Wir stehen im Gespräch mit zahlreichen großen Fahrzeugherstellern.

Zudem haben wir unsere Lösungen für das Schnellladen vorangetrieben. Auf der Fahrzeugseite durch neue Kühltechnologien für Batterien – mit Hilfe zellnaher Kühlung bis hin zur so genannten Immersionskühlung – mit der wir das Laden in wenigen Minuten ermöglichen. Und auf der Infrastrukturseite über unser ehemaliges Corporate Start-up

und heute eigenständigen Unternehmensbereich chargeBIG. Hier entwickelten wir die Schnellladelösung chargeBIG POWER mit Ladeleistungen bis zu 750 kW.

Promising customer response to our e-mobility portfolio



12 Annual Press Conference 2022

MAHLE

Das sind nur einige Beispiele. In Summe haben wir unsere Aktivitäten rund um die Elektromobilität massiv forciert. Das zeigt sich auch in der Resonanz unserer Kunden. 2021 konnten wir hier zahlreiche Erfolge verbuchen. Im Zeitraum von 2022 bis 2026 werden über 20 elektrifizierte Fahrzeugplattformen führender Pkw- und Nutzfahrzeughersteller auf den Markt kommen, die auf MAHLE Technologie und Produkte setzen.

Besonders erfolgreich sind wir dabei zum Beispiel mit unserem elektrischen Kompressor, bei dem wir uns als Vorreiter in der 800-Volt-Technologie positionieren konnten. Hier haben wir bereits einen breiten Kundenstamm in allen wichtigen Märkten etabliert.

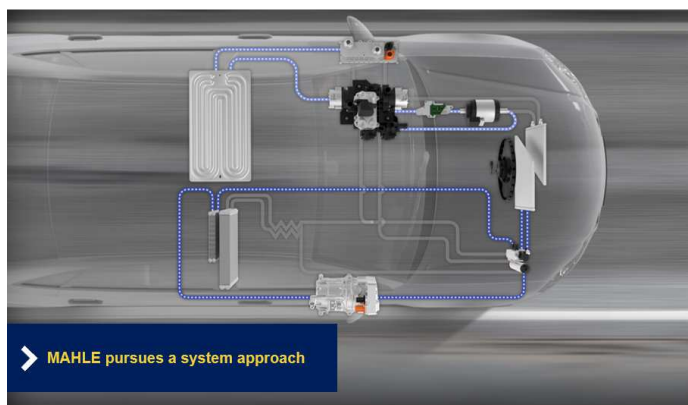
Effizientes Thermomanagement leistet einen maßgeblichen Beitrag zur Reichweitensteigerung von E-Fahrzeugen. MAHLE kann mit seiner Expertise maßgeblich von diesem Trend profitieren. Neben dem elektrischen Kompressor setzen unsere Kunden verstärkt effiziente Thermomanagementprodukte von MAHLE, wie zum Beispiel

Batteriekühlsysteme, elektrische Hochvoltheizer, Kühlmodule, elektrische Pumpen und Klimaanlage. Zudem sind wir weiterhin erfolgreich im Bereich der Leistungselektronik mit werthaltigen Produkten, wie On-Board Charger (OBC) zur Steuerung von Ladevorgängen oder Gleichstromwandler (DC/DC).

Besonders stark entwickelt hat sich zudem unsere E-Bike-Sparte. MAHLE Smartbike Systems blickt dank 20 gewonnener Neuprojekte in 2021 nun auf über 70 Kunden und rund 150 verfügbare Modelle am Markt, die unsere Systemlösung nutzen. Ein Umsatzwachstum von über 20 Prozent spricht für sich. Auch chargeBIG konnte 2021 zulegen: Sieben Neukunden wurden gewonnen, 750 weitere Ladepunkte in Betrieb genommen und der Umsatz gegenüber 2020 vervierfacht.

Für uns geht es im Jahr 2022 darum, unsere Position als etablierter Tier 1-Zulieferer in den drei strategischen Feldern Elektromobilität, Thermomanagement und klassische Antriebe auszubauen bzw. neu zu definieren.

A comprehensive system is more than the sum of its components



13 Annual Press Conference 2022

Dabei verfolgen wir noch stärker den Systemansatz. Ein gutes Beispiel sind unsere Thermomanagementlösungen: Denn ein effektives und vor allem effizientes

Thermomanagement ist viel mehr als die Summe seiner Komponenten. Wir bringen Klima- und Kühlsystem zusammen. Wir bieten über einen modularen Aufbau maßgeschneiderte Lösungen. Und wir betten alle wichtigen Antriebs-Komponenten in unser Thermomanagement ein – vom Elektromotor über die Leistungselektronik bis zur Batterie. Hier hilft uns unser Know-how – und zugleich bietet sich für uns ein hohes Wertschöpfungspotential.

Dieses Jahr steht mit der IAA Transportation in Hannover auch für uns ganz im Zeichen der Nutzfahrzeuge. Ich freue mich darauf, Ihnen im Vorfeld der Messe im September unsere neuesten technologischen Entwicklungen im Detail vorzustellen.

### Well positioned for the future

 <p>Sales significantly increased profitability improved</p>	 <p>Our main goal: turnaround as quickly as possible</p>
 <p>Financially sound, robust and resilient</p>	 <p>Driving on sight and no forecast for 2022</p>
 <p>Focus on e-mobility, other technologies in the pipeline</p>	 <p>Strengthen market position in ICE drive systems</p>
 <p>Continue structural transformation</p>	 <p>Enable employees and locations for the future</p>

14 Annual Press Conference 2022

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

lassen Sie mich abschließend zusammenfassen:

- Wir haben im Jahr 2021 mit einem kräftigen Umsatzwachstum und einer deutlichen Steigerung der Ertragskraft trotz erheblicher negativer Entwicklungen auf den Beschaffungsmärkten erzielt.

- MAHLE bleibt ein finanziell gesundes Unternehmen. Wir sind robust und resilient aufgestellt.
- Ziel bleibt die schnellstmögliche Erreichung des Turnarounds.
- Der Krieg in der Ukraine und die verstärkten Lieferkettenprobleme sowie ein massiver Kostendruck werden 2022 große Belastungen für unser Geschäft bringen, die sich aktuell noch nicht abschätzen lassen. Deshalb bleiben wir vorsichtig, fahren auf Sicht und geben keine Prognose ab.
- Wir verstärken die Stoßrichtung unserer technologischen Transformation mit fast 100% F+E Investitionen in unsere Zukunftsfelder.
- Bei unseren drei großen Strategiethemen Elektromobilität, Thermomanagement und klassische Antriebe stärken wir unsere Marktposition.
- Unsere strukturelle Transformation treiben wir weiter voran.
- Mit Instrumenten wie Qualifizierungsfonds und Transformationsdialog machen wir unsere Mitarbeiter und Standorte fit für die Zukunft.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit, und wir freuen uns jetzt auf Ihre Fragen.