



Haftungsausschluss

WICHTIGE RECHTLICHE BESTIMMUNGEN

Die vorliegende Präsentation ist kein Angebot oder eine Aufforderung zur Zeichnung, Übernahme oder zum anderweitigen Erwerb von Wertpapieren der SMA Solar Technology AG (das "Unternehmen") oder einer bestehenden oder künftigen Tochterfirma des Unternehmens (zusammen mit dem Unternehmen: die "SMA Gruppe"), sie stellt keinen Bestandteil davon dar und soll nicht als solche(s) aufgefasst werden, noch sollen diese Präsentation oder Teile der Präsentation als Grundlage oder Referenzdokument für Verträge oder jedwede Verpflichtung zum Erwerb oder zur Zeichnung von Wertpapieren des Unternehmens oder eines Mitglieds der SMA Gruppe dienen.

Alle hier enthaltenen Informationen wurden sorgsam vorbereitet. Nichtsdestotrotz übernehmen wir keine Garantie für Richtigkeit und Vollständigkeit der Angaben und keine der enthaltenen Informationen darf als eine solche Garantie aufgefasst werden.

Die in dieser Präsentation enthaltenen Informationen werden immer wieder ergänzt, überarbeitet und aktualisiert. Bei einigen Aussagen in der vorliegenden Präsentation kann es sich um Aussagen über Erwartungen für die Zukunft oder andere in die Zukunft gerichtete Aussagen auf Grundlage der derzeitigen Ansichten und Annahmen der Geschäftsleitung handeln, die bekannten und unbekanntem Risiken und Ungewissheiten unterliegen. Die tatsächlichen Ergebnisse, Ereignisse und die Unternehmensleistung können erheblich von den in der Präsentation enthaltenen Angaben abweichen, was unter anderem auf bestimmte Faktoren, veränderte Geschäfts- und Marktbedingungen und die von der Konzernleitung prognostizierten Wachstumschancen zurückzuführen sein kann. Diese und andere Faktoren können das Ergebnis und die finanziellen Auswirkungen der in der Präsentation beschriebenen Pläne und Ereignisse negativ beeinflussen. Die Gesellschaft übernimmt keinerlei Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen. Sie sollten sich nicht uneingeschränkt auf in die Zukunft gerichtete Aussagen verlassen, die sich nur auf das Datum dieser Präsentation beziehen.

Diese Präsentation dient lediglich Informationszwecken und darf nicht an Dritte verteilt oder weitergegeben werden, an die sich die Präsentation nicht richtet. Es dürfen keine Teile dieser Präsentation kopiert, reproduziert oder zitiert werden oder zu anderen Zwecken verwendet werden als sie zur Verfügung gestellt wurden.

Das vorliegende Dokument stellt kein Angebot zum Verkauf von Wertpapieren in den Vereinigten Staaten von Amerika dar. Wertpapiere dürfen in den Vereinigten Staaten von Amerika ohne Registrierung oder Ausnahme von der Registrierung gemäß der geänderten Fassung des US Securities Act von 1933 weder angeboten noch verkauft werden. Zukunftsgerichtete Aussagen sind Aussagen, die nicht Tatsachen der Vergangenheit beschreiben.

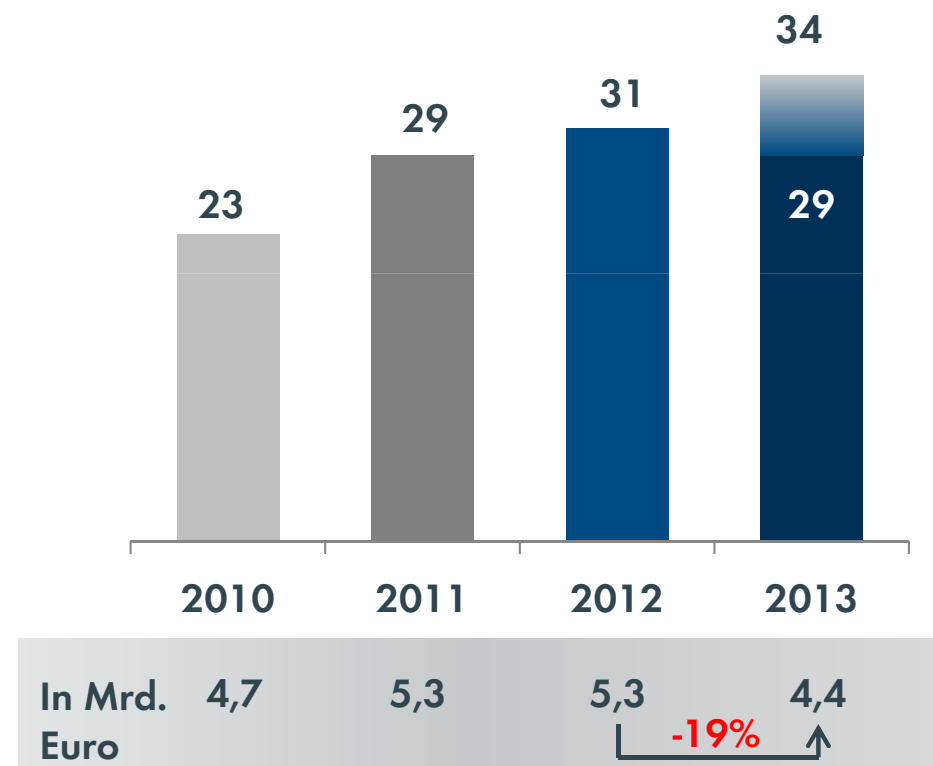


Der Markt wird von einem hohen Preisdruck beeinflusst

Dynamik

- > Weltweit enormer Preisdruck
- > Drastischer Markteinbruch in Europa aufgrund massiver Förderkürzungen und anstehender Importzölle auf chinesische Module
- > Starkes Volumenwachstum in außereuropäischen Märkten, insbesondere China
- > Durch regionale Nachfrageverschiebung gewinnt die Systemtechnik für größere PV-Kraftwerke an Bedeutung

Weltmarkt PV-Wechselrichter in GW¹



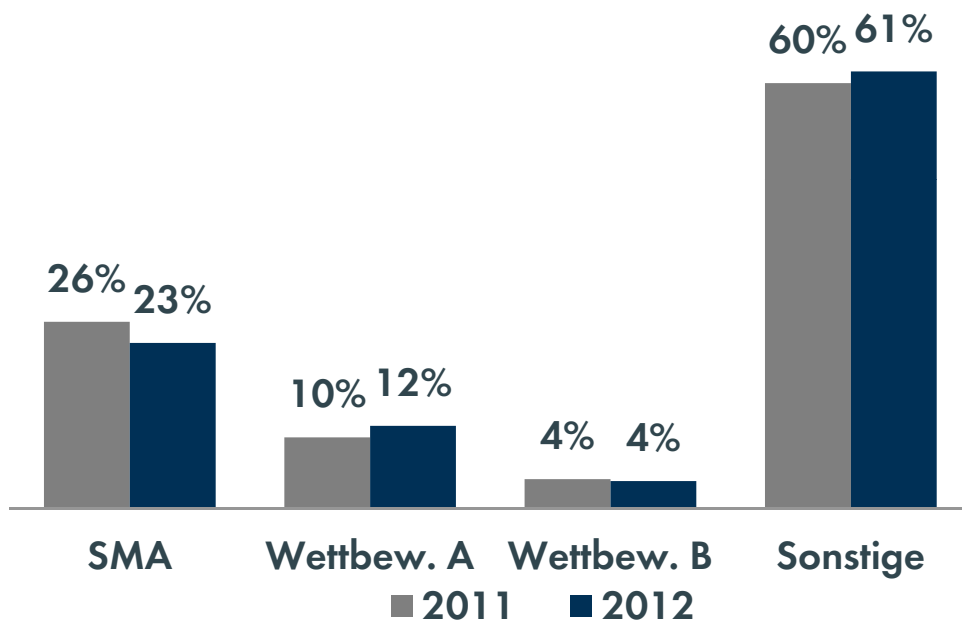
►► **SMA erwartet, dass die Nachfrage gemessen in Euro zum erstenmal seit vielen Jahren deutlich zurückgeht.**



Die Wettbewerbsintensität stellt die Marktteilnehmer vor große Herausforderungen

Weltmarktanteil in GW¹

Marktvolumen 2012: ca. 31 GW¹ (2011: ca. 29 GW¹)



Markteintrittsbarrieren

- > Hohes Innovationstempo
- > Vollständiges Produktspektrum
- > Hohe Servicequalität
- > Weltweite Präsenz
- > Hohe Produktivität

► Ziel von SMA ist es, den hohen Marktanteil trotz eines schwierigen Wettbewerbsumfelds im Jahr 2013 zu verteidigen.



Für den langfristigen Erfolg im chinesischen Solarmarkt ist die lokale Wertschöpfung zwingend erforderlich

Marktmechanismen

- > China will die Kosten für Solarstrom reduzieren und den heimischen Markt ausbauen, um die PV-Branche im Zeitraum des 12. Fünfjahresplans (2011-2015) besser zu entwickeln.
- > Die Regierung hat deshalb Anfang des Jahres die Ausbauziele erhöht und strebt einen jährlichen Zubau von 10 Gigawatt für die kommenden drei Jahre an.
- > Fast jede Provinz setzt sich zum Ziel, die vorgegebene Quote zu übertreffen.
- > Politischer Wille ist es, einen größtmöglichen Wertschöpfungsanteil im Land zu belassen.

Zerversolar

- > Zerversolar entstand im November 2011 durch den Zusammenschluss von ZOF und EverSolar.
- > Zerversolar hat in China sechs Vertriebs- und Servicestützpunkte und Tochtergesellschaften in Australien und Deutschland.
- > Zerversolar betreibt modernste Produktionsstätten (2GW, 17.500 m²) in der Provinz Jiangsu.
- > Zerversolar verfügt über ein breites Produktportfolio, das auf die besonderen Anforderungen des chinesischen Marktes zugeschnitten ist.

▶▶ **Zerversolar erwirtschaftete 2012 einen Umsatz von 33 Mio. Euro und ist einer der führenden chinesischen Wechselrichter-Hersteller.**



Die Beteiligung an Zerversolar sichert SMA den Zugang zum Wachstumsmarkt China und den Ausbau der Marktführerschaft

Transaktion

- > Der Unternehmenswert beträgt 55 Mio. Euro inklusive Nettoverschuldung¹.
- > SMA erwirbt mit Stichtag 1. Januar 2013 insgesamt 72,5 Prozent der Geschäftsanteile.
- > Der Kauf- und Joint-Venture-Vertrag sieht die üblichen Garantien und Gewährleistungen vor.
- > Die Transaktion wird aus Barmitteln finanziert.
- > Zerversolar wird als eigenes Segment ausgewiesen.

Markenstrategie

- > Zerversolar wird mit der eigenen Marke ZOF den chinesischen Markt² bedienen.
- > In allen internationalen Märkten wird Zerversolar als eigene Marke positioniert.
- > Zerversolar Produkte werden über die eigene Vertriebsorganisation vermarktet.
- > Synergien werden in internen Abläufen wie z. B. Einkauf, Qualitätssicherung und Entwicklung realisiert.
- > Pierre-Pascal Urbon ist im SMA Vorstand für das Chinageschäft verantwortlich.

▶▶ **SMA hat den Kauf einer Mehrheitsbeteiligung von 72,5 Prozent an Zerversolar entsprechend der im Dezember vereinbarten Konditionen abgeschlossen.**



Innovative Systemtechnik ist Voraussetzung für den Umbau des Energiesektors

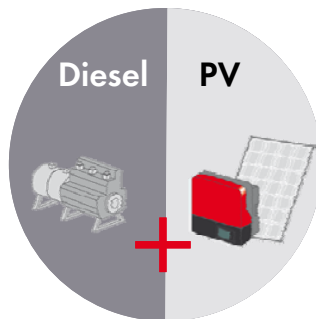
Energiemanagement



- > Eigenverbrauchsoptimierung durch intelligente Systemtechnik
- > Eigenverbrauch von Solarstrom ist heute schon wirtschaftlich.

> 30% unter Haushaltsstrompreis¹

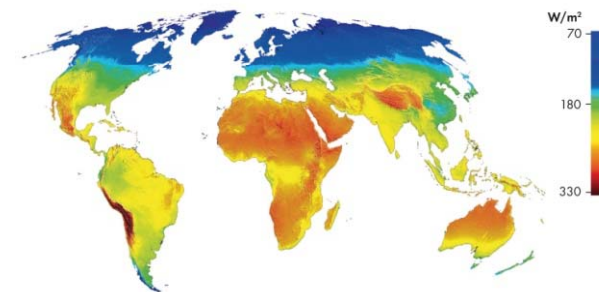
Hybrid-Lösung



- > Intelligente Steuerung verschiedener Energieerzeuger
- > Solarstrom spart Dieselkraftstoff.

1 MW = 450.000 l Diesel

Internationalisierung



- > Photovoltaik ist in Ländern des Sonnengürtels bereits wettbewerbsfähig.
- > Der Energiebedarf in den Schwellenmärkten wächst.

80 Mrd. Barrel² pro Tag

▶▶ **SMA bietet heute schon innovative Lösungen für die Energieversorgung von morgen.**

1. Zu Spitzenzeiten
 2. Zusätzlich benötigte Ölfördermenge, wenn in der Volksrepublik China jeder Mensch auf demselben Komfortlevel leben würde wie bspw. in den USA

SMA ist Entwicklungsweltmeister mit bisher weltweit über 400 Patentanmeldungen



Ausgewählte Innovationen 2012



Sunny Boy Smart Energy
Versorgt vier-köpfigen Haushalt abends für bis zu drei Stunden mit Strom



Fuel Save Controller
Senkt den Dieserverbrauch von Stromaggregaten in sonnenreichen Regionen



Sunny Central 900CP
Erster Megawatt-Wechselrichter für den Outdoor-Einsatz

Alleinstellungsmerkmale

Energiemanagement

Systemtechnik für die Speicherung von PV-Strom, Heizungsunterstützung sowie das Management von Erzeugern und Verbrauchern

Hybrid-Lösung

Systemtechnik für die intelligente Kombination der PV- und Dieselgeneratoren sowie Optimierung der zuverlässigen Energieversorgung

Solarkraftwerke

Lösung für die Netzstützung durch z.B. Reduktion der Wirkleistung bei Überfrequenz, Bereitstellung von Kurzschlussstrom bei Störungen und direkte Einspeisung ins Mittelspannungsnetz

▶▶ **SMA erwirtschaftet mehr als 1 Mrd. Euro Umsatz mit Produkten, die nicht älter als drei Jahre sind.**

Mit komplett neu entwickelten Produktplattformen wird SMA die Innovationsführerschaft weiter ausbauen



Neue Produktplattformen



Residential



Commercial



Industrial

Entwicklungsstrategie

- > Zwei Drittel der Entwicklungsressourcen¹ konzentrieren sich auf die Entwicklung neuer Plattformen
- > Aufbau weiterer Entwicklungsstandorte in Nordamerika / China
- > Kostenreduktion durch höheren Anteil von Gleichteilen
- > Höhere Innovationsgeschwindigkeit durch modulares Design

►► **SMA wird 2013 mehr als 120 Mio. Euro in die Entwicklung investieren. Die ersten neuen Produkte im Rahmen der Plattformentwicklung werden voraussichtlich Mitte 2014 in den Markt eingeführt.**



4. Kostenreduktionsstrategie

Unsere Antwort auf den steigenden Preisdruck.

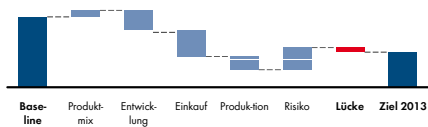




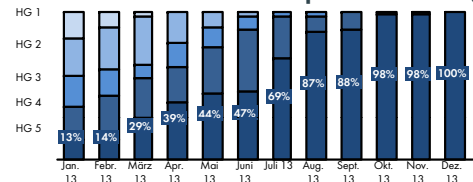
Die systematische Kostenreduktion ist zentrales Element der SMA Strategie

Cost-Out Program

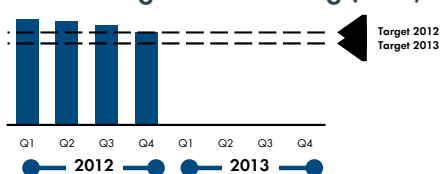
Herstellkosten-Brücke (schematisch)



Hochlaufkurve nach Implementierung



Monitoring Zielerreichung (Cent/Watt)



- > Etablierung von cross-functional Teams¹ in allen Divisionen
- > Identifikation und regelmäßige Nachverfolgung von über 300 Maßnahmen
- > Systematische Bewertung von Veränderungsmaßnahmen

▶▶ Der enorme Preisdruck kann in so kurzer Zeit nur teilweise durch die definierten Maßnahmen kompensiert werden.

Globale Beschaffung



Deutschland (1981)



USA (2012)



Polen (2012)



China (2011)

- > Neue Beschaffungswege durch weltweite Einkaufsbüros
- > Erhöhung des Wettbewerbsmoments durch strukturierten Einkaufsprozess
- > Auswahl erfolgt auf Basis von Preis, Qualität, Logistikkosten und Arbeitsbedingungen des Lieferanten.

Durch gezielte Maßnahmen wird SMA die Produktivität sukzessive erhöhen



Personalanpassung

- > Seit Oktober haben 424 fest und befristet angestellte Mitarbeiter SMA verlassen.
- > Weitere Personalanpassungen, insbesondere im administrativen Bereich, werden noch in diesem Jahr umgesetzt.
- > Die Mitarbeiterzahlen in den europäischen Gesellschaften werden auf die neue Marktsituation angepasst. SMA wird die Auslandsstandorte, insbesondere in den USA und Asien, personell erweitern.
- > Weitere kurzfristig wirkende Maßnahmen werden derzeit mit dem Betriebsrat verhandelt.
- > Forcierter Abbau von Gleitzeitstunden und Resturlaubstagen

▶▶ **In Abhängigkeit von der Marktentwicklung können weitere Personalanpassungen derzeit nicht ausgeschlossen werden.**

Produktivitätssteigerung

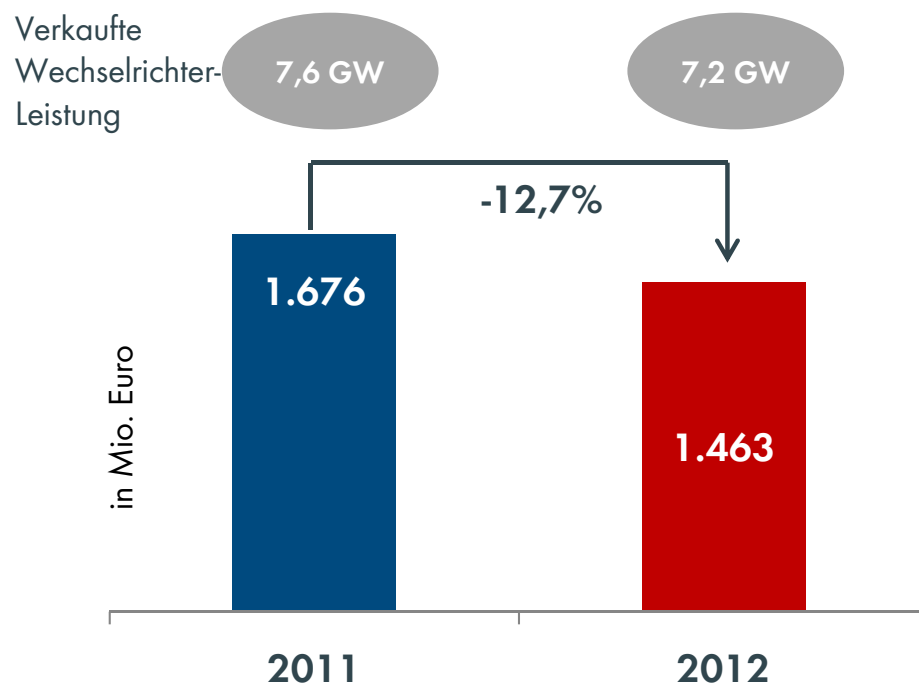


- > Reduktion von Fläche und Ausrüstung durch Zusammenfassung von Lägern
- > Verkürzung der Durchlaufzeiten im Service durch Prozessveränderungen
- > Stabile und effiziente Prozessabwicklung in Auftragszentrum und Finanzbereich durch die Einführung eines Shared-Service-Konzepts

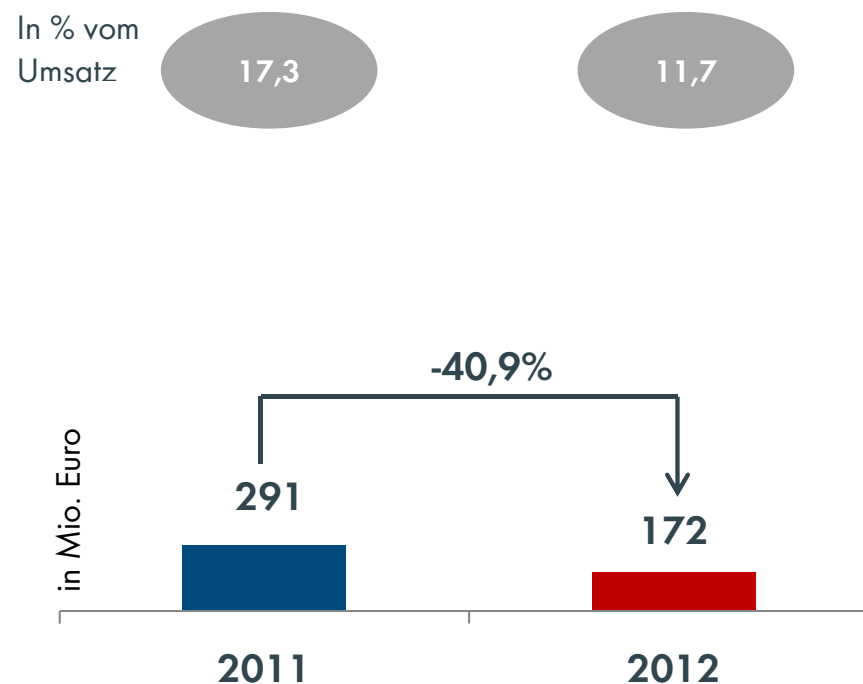


SMA hat die anspruchsvollen Umsatz- und Ergebnisziele 2012 erreicht

Umsatz



EBITDA¹



► Das Ergebnis wurde maßgeblich durch eine höhere Risikovorsorge belastet.

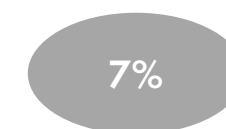


SMA ist mit einer Eigenkapitalquote von mehr als 60 Prozent und einer Barreserve von fast 0,5 Mrd. Euro finanziell sehr solide

Bilanz

Investitionen

F+E
Quote¹

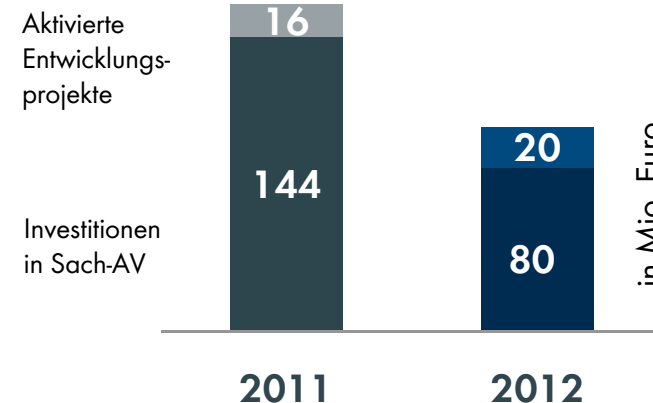
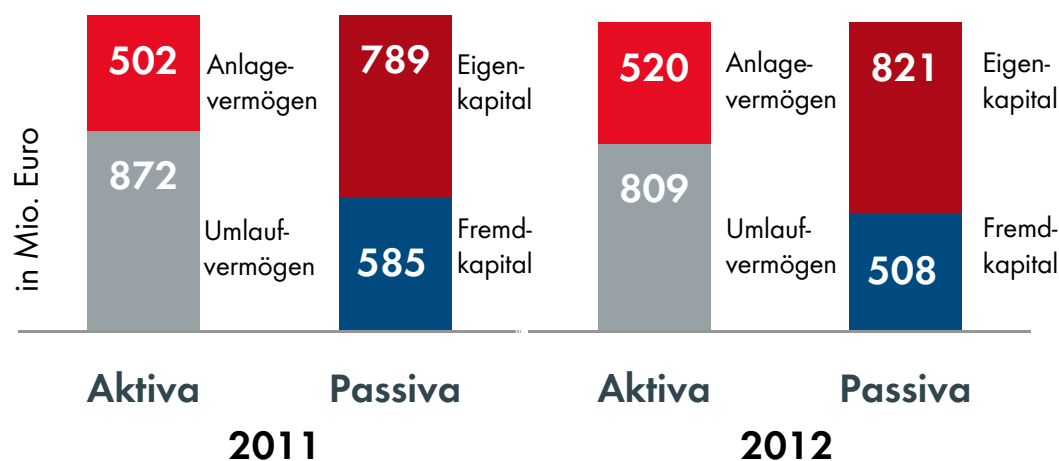


Σ 1.374 Mio. Euro

Σ 1.329 Mio. Euro

Σ 160 Mio. Euro

Σ 100 Mio. Euro

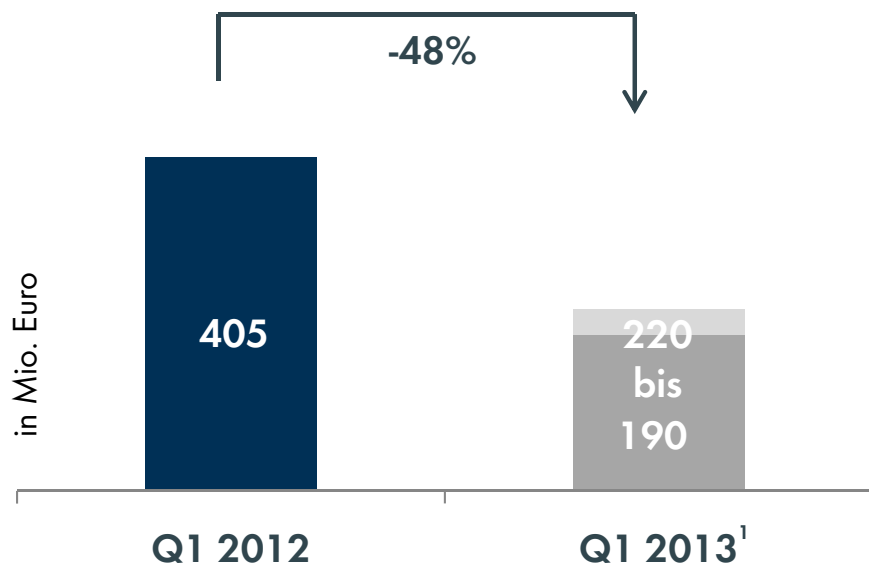


► SMA hat 2012 erneut einen positiven Free Cashflow vor Dividendenzahlung erwirtschaftet.



Für die ersten drei Monate 2013 erwartet der SMA Vorstand einen deutlichen Umsatzrückgang

Vorläufige Umsatzprognose Q1/2013



Prognose 2013²

- > Umsatz von 0,9 bis 1,3 Mrd. Euro, davon 40 Mio. Euro bis 60 Mio. Euro von Zeversolar
- > Auslandsanteil > 70 Prozent
- > Im besten Fall ausgeglichenes Ergebnis; Verlust nicht ausgeschlossen³
- > Net Working Capital von 19 Prozent bis 22 Prozent⁴
- > Investitionen von bis zu 100 Mio. Euro⁵

► **SMA (inklusive Zeversolar) strebt 2013 einen Umsatz von 0,9 Milliarden Euro bis 1,3 Milliarden Euro und ein bestenfalls ausgeglichenes Ergebnis an.**

SMA hat die Strategie auf die veränderten Marktbedingungen zugespitzt



Marktausblick

- > SMA erwartet, dass die Nachfrage gemessen in Euro zum erstenmal seit vielen Jahren deutlich zurückgeht.
- > Hybrid-Anwendungen und Energiemanagement sind ebenso wie der Service zukünftige Wachstumstreiber.

Innovationsstrategie

- > Ziel von SMA ist es, mit neuen Produktplattformen Kosten zu reduzieren und den Innovationszyklus zu verkürzen.
- > Um die Technologieführerschaft zu sichern, investiert SMA kontinuierlich in die Entwicklung. 2013 liegt das Budget bei über 120 Millionen Euro.

Kostenreduktionsstrategie

- > Systematische Kostenreduktion durch cross-functional Teams und globale Beschaffung.
- > Der Personalabbau von über 500 Mitarbeitern wurde bereits begonnen. Weitere Personalanpassungen können derzeit nicht ausgeschlossen werden.

Internationalisierung

- > Mit der Mehrheitsbeteiligung an Zerversolar erhält SMA Zugang zum am schnellsten wachsenden Solarmarkt (China).
- > Eine weitere Expansion in den USA und Asien ist geplant; Europa wird rückläufig sein.

▶▶ **Der SMA Vorstand bestätigt die Prognose für 2013.**



Energy that Changes