

**Wissenstransfer und Kooperation:
Echte Partnerschaft**

Gemeinsam erbringen wir Höchstleistungen – intern und mit unseren Kunden

Jeden Tag aufs Neue geben Oerlikon Mitarbeitende ihr Bestes, um herausragende Leistungen zu erbringen. Gegenseitiger Respekt und Kooperation stellen dabei grundlegende Elemente unserer Unternehmenskultur dar. Dank diesem Umfeld sind unsere Mitarbeitenden in der Lage, Know-how und Erfahrungen auszutauschen und die Synergien zwischen den Geschäftsbereichen auf effiziente Weise zu nutzen.



teamwork



= performance

Den Wert steigern

Die Erfolge des Unternehmens finden ihren Ausdruck in einem steigenden Aktienkurs. 2006 konnten wir den Unternehmenswert mehr als verdreifachen. Die hohe Leistungsbereitschaft der Mitarbeitenden und ihre enge Zusammenarbeit intern und mit den Kunden sind dafür ein zentraler Erfolgsfaktor.

Steigende Umsätze und geringere Kosten führten 2006 zu einem deutlichen EBIT-Anstieg.

Umfassendes Transformationsprogramm wurde erfolgreich implementiert.

Mit der erfolgreichen Unternehmensentwicklung im Jahr 2006 konnte der Oerlikon Konzern zugleich eine substantielle Wertsteigerung für seine Investoren erzielen. Die Oerlikon Aktie stieg im Jahresverlauf um 204 Prozent von CHF 198 auf CHF 603, die Marktkapitalisierung erreichte damit über CHF 8,5 Mrd. Die Earnings per Share (EPS) haben sich gegenüber 2005 mit einem Wert von CHF 1,43 für 2005 auf CHF 23,44 für 2006 vervielfacht. Mit der Übernahme der Saurer AG hat Oerlikon seine Position als einer der weltweit bedeutenden Hightech-Konzerne ausgebaut und mit einem erweiterten Portfolio die Innovationskraft und den Wachstumskurs gestärkt.

Das Jahr 2006 war in zweifacher Hinsicht richtungsweisend für Oerlikon: Erstens haben die operativen Ergebnisse die eingeschlagene Strategie als zentral geführter, integrierter Hightech-Industriekonzerne bestätigt; die Umsetzung des entsprechenden Transformationsprogramms verlief erfolgreich (siehe auch Seite 22). Zweitens erhöhte die Übernahme der Saurer AG die Wachstumsdynamik der gesamten Unternehmensgruppe. Auch 2007 soll das überproportionale Wachstum von Umsatz und Gewinn fortgesetzt werden.

Um dieses Ziel zu erreichen, verfolgt Oerlikon folgende Strategie:

- Wachstum durch technologische Führerschaft und Entwicklung innovativer Lösungen.
- Verstärkter Kundenfokus durch regionale Expansion, den Ausbau von Services und enge Kooperationen.
- Hohe Profitabilität durch Kostenmanagement mit zentraler Unternehmensführung und effizienten Geschäftsprozessen.
- Einheitlicher Unternehmensauftritt als global integrierter Konzern mit einer transparenten und effizienten Organisation.

Erfolgreiche Umsetzung des Transformationsprogramms

Um die tiefgreifende Neuausrichtung und Restrukturierung der ehemaligen Unaxis zur neuen Oerlikon systematisch und zeitnah umsetzen zu können, wurde im dritten Quartal 2005 ein umfassendes Transformationsprogramm aufgesetzt. Mehr als 180 Einzelmassnahmen waren in vier übergeordneten Bereichen zusammengefasst (siehe Grafik). Sowohl für die Konzernzentrale als auch für jede Business Unit wurde ein detailliertes



Aktionsprogramm erarbeitet, um die Margen zu erhöhen, das Umsatzvolumen zu steigern und die Administrationskosten zu senken. Sämtliche Massnahmen wurden IT-gestützt erfasst und durch ein Program Management Office (PMO) zeitnah nachgehalten und gesteuert. 2006 konnte das Transformationsprogramm in seinen wesentlichen Bestandteilen abgeschlossen werden. Damit schuf Oerlikon die zentrale Grundlage, um die neue Unternehmensstrategie einschlagen und verfolgen zu können. Anlässlich der Übernahme der Saurer AG wurde das Transformationsprogramm erweitert und neu aufgesetzt.

Innovative Lösungen

Für Oerlikon als Hightech-Industriegruppe ist es zentral, sich durch technisch führende Lösungen vom Wettbewerb zu differenzieren und Kunden wirtschaftliche Vorteile zu verschaffen. Nur so können wir dauerhaft weiteres Wachstum generieren. 2006 wurde das Innovationsmanagement gestrafft und auf die aussichtsreichsten Projekte konzentriert. Auf diese Weise liessen sich die Entwicklungszeiten stark verkürzen und zahlreiche neue, teilweise bahnbrechende Produkte auf den Markt bringen. Hierzu zählen Fertigungssysteme für Dünnschicht-Solarmodule (KAI 1200), die neue Beschichtungstechnik P3e™ mit der dazugehörigen INNOVA-Anlage, Produktionslinien für Blu-ray-discs (INDIGO) oder die neue Vakuumpumpen-Plattform MAG W 300. Um die eigenen Entwicklungen zu vervollständigen, wurden zudem strategische Beteiligungen eingegangen bzw. Übernahmen

getätigt – etwa mit der Beteiligung an der kalifornischen Novalux zur Entwicklung laserbasierter Projektionssysteme oder der Übernahme des englischen Laserspezialisten Exitech für die Verarbeitung von Solarmodulen.

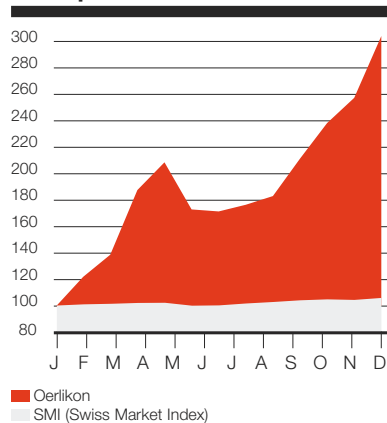
Starker Kundenfokus und regionale Expansion

Durch zahlreiche Massnahmen hat Oerlikon 2006 die Fokussierung auf ihre Kunden und deren Bedürfnisse gestärkt; die Stimme des Kunden hat bei Oerlikon wieder Vorrang erhalten. Oerlikon Balzers Coating konnte durch den Aufbau spezifischer Inhouse Coating Center Kundenbeziehungen festigen und mit der Akquisition des US-Beschichters Gold Star die Position im amerikanischen Markt ausbauen. Auch die regionale Expansion durch neue Coating- bzw. Service-Center durch Oerlikon Balzers Coating und Oerlikon Leybold Vacuum rückt die Kundennähe in den Vordergrund. Oerlikon Saurer Textile stärkt mit der Eröffnung eines neuen Produktionsstandorts im südchinesischen Suzhou und weiteren vier Verkaufsstandorten in ganz China seine Präsenz in dem derzeit wichtigsten Textilmarkt. Durch die Verlagerung des Produktionsstandorts für Wire Bonder nach Singapur ist auch Oerlikon Assembly Equipment jetzt in unmittelbarer Nähe der wichtigsten Abnehmer. Ein weiteres Instrument, den Kundenfokus zu erhöhen, sind gemeinsame Entwicklungsprojekte. Auch hier hat Oerlikon 2006 eine Reihe von Initiativen gestartet, so etwa mit der Optimierung der Fertigungslinie für Blu-ray-discs (INDIGO), bei der Oerlikon eng mit Philips und Sony kooperiert.

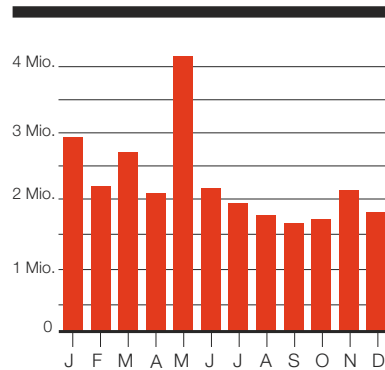
Höhere Margen durch Kosteneffizienz und Preisgestaltung

Eine hohe Profitabilität ist für Oerlikon nicht nur bedeutend, um den Unternehmenswert zu steigern, sondern auch, um als High-tech-Anbieter die notwendigen Investitionen in neue Entwicklungen tätigen zu können. 2006 konnten alle Segmente ihre Profitabilität substantiell verbessern – besonders deutlich zeigte sich dies bei Oerlikon Leybold Vacuum mit einer Erhöhung des EBIT von CHF –4 Mio. 2005 auf CHF 47 Mio. 2006. Insgesamt stieg der EBIT des Konzerns von CHF 34 Mio. 2005 auf CHF 329 Mio. 2006, was einer EBIT-Marge von 14 Prozent entspricht. Die Earnings per Share (EPS) erreichten damit eine Steigerung von CHF 1,43 auf CHF 23,44, der betriebliche Free Cash Flow per Share (FCF) wuchs von CHF –9,6 auf CHF 12,8. Wesentliche Ursachen dafür waren die enge Steuerung aller Unternehmensteile durch die Konzernzentrale, die Einführung zentraler Dienstleistungen etwa für IT Services und Personalwesen sowie die Implementierung detaillierter Effizienzprogramme in den Business Units. In verschiedenen Beschichtungszentren etwa konnte die Produktivität um bis zu 30 Prozent gesteigert werden. Durch die Einführung eines weltweiten Sourcing wurden Einkaufsvolumina zusammengefasst und bessere Konditionen mit Lieferanten ausgehandelt. Singuläre Massnahmen wie die Reintegration der Fertigung im Bereich Wafer Processing in Rochester, USA, brachten ebenfalls immense Kosteneinsparungen. Auch die strategische Preisgestaltung entlang spezifischer Kundenbedürfnisse wirkte sich positiv auf die Margen aus.

Aktienperformance 2006 in %



Handelsvolumen 2006 Anzahl Aktien



Einheitlicher Unternehmensauftritt erhöht Transparenz und Sichtbarkeit

Die ehemals acht Unaxis Geschäftsbereiche wurden 2006 in drei Kernsegmente entlang der Schlüsseltechnologien zusammengeführt und nach System- und Service-Geschäft gegliedert. Ergänzt werden sie durch die beiden übernommenen Saurer Segmente Textile und Graziano Drive Systems. Diese neue, auf Kunden, Technologien und Märkte ausgerichtete Segment-Struktur erhöht die Transparenz und schafft Synergieeffekte innerhalb der Geschäftsbereiche. Somit unterstützt sie das organische Wachstum und bildet eine flexible Plattform für die Integration akquirierter Unternehmen sowie ein aktives Portfoliomanagement. Dieser neue Managementansatz wurde verkörpert durch das Rebranding von Unaxis zu Oerlikon. Die neue Marke mit ihren Werten «Teamwork», «Excellence», «Innovation» und «Integrity» steht sowohl für die Tradition als schweizerischer Technologieanbieter als auch für den neuen, zentralen Ansatz der «One Company». Die einzelnen Segmente stärken durch einen einheitlichen Marktauftritt unter einem gemeinsamen Label gegenseitig ihre Sichtbarkeit und Wirkung von Marketing und Vertrieb. Nach innen wirkt Oerlikon als Integrationspunkt für die Mitarbeitenden und fördert die Zusammenarbeit über Abteilungs- und Ländergrenzen hinaus.

Saurer AG

Die Saurer AG als weltweite Spitzenanbieterin von Hightech-Textilmaschinen und Antriebssystemen fügt sich hervorragend in die Oerlikon Gruppe ein. Die Übernahme war ein wichtiger Meilenstein im Aufbau eines technologisch führenden Industriekonzerns. Synergiepotenziale bestehen in den Bereichen Administration, Forschung & Entwicklung und Produktion sowie im Marktzugang. Das Saurer Geschäft verstärkt die Kundenbasis von Oerlikon weltweit; insbesondere im asiatischen Markt, wo Saurer mit Standorten in China und in Indien als führender Anbieter etabliert ist.

Saurer bringt zudem einen Zuwachs an Ressourcen und Know-how, der das Innovationspotenzial der Oerlikon Gruppe nachhaltig kräftigt. Zusammen arbeiten in Oerlikon Konzern jetzt über 1 500 Ingenieure und Wissenschaftler mit einem Budget von CHF 260 Mio. an den Produkten der Zukunft. Unmittelbar positive Effekte entstehen etwa durch die Beschichtung verschiedener Automobil-Antriebskomponenten von Oerlikon Graziano Drive Systems durch Oerlikon Balzers Coating. Auch die Kompetenz von Saurer bei Magnetlagern für schnell-drehende Bauteile (Spindeln) ist für Geschäftsbereiche wie Oerlikon Leybold Vacuum direkt verwertbar. Durch die Integration der Saurer Segmente erweitert Oerlikon die Bandbreite des Portfolios mit technologisch führenden Produkten in Märkten mit unterschiedlicher makroökonomischer Dynamik und ist somit besser vor Marktzyklen geschützt.

Investor Relations: transparente Informationspolitik

Um den Kapitalmarkt und die Finanzgemeinschaft stets umfassend und zeitnah über die Gruppenentwicklung zu informieren, hat Oerlikon das Finanzreporting konzernweit vereinheitlicht und systematisiert. Die Gleichbehandlung aller Kapitalmarktteilnehmer und die gesetzeskonforme Berichterstattung haben für Oerlikon einen zentralen Stellenwert. Der Bereich Investor Relations gewährleistet sowohl die quartalsweise Publikation der Geschäftszahlen als auch die tagesaktuelle Berichterstattung über relevante Unternehmensentwicklungen sowie Ad-hoc-Mitteilungen. Als zentrale Informationsplattform dient zudem die Corporate Website www.oerlikon.com. Im Corporate Governance Bericht ab Seite 63 finden sich weitere Angaben zur Informationspolitik von Oerlikon.

Kursverlauf

Der Kurs der Oerlikon Aktie verzeichnete im Jahr 2006 eine Steigerung um 204 Prozent.

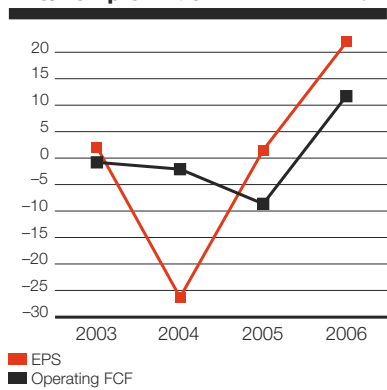
Mit dieser beeindruckenden Performance überholte sie den Swiss Market Index (SMI) um 163,5 Prozent, wurde in den Dow Jones STOXX 600 Index aufgenommen und war dort die erfolgreichste europäische Aktie 2006. Der Börsenwert von Oerlikon erhöhte sich im Gesamtjahr von CHF 2,8 Mrd. zu Jahresbeginn auf CHF 8,5 Mrd. bei einem durchschnittlichen Handelsvolumen von 109 955 Aktien an 251 Handelstagen.

Die positive Kursentwicklung wurde wesentlich getragen durch die Erfolge des Transformationsprogramms, das unter der neuen Geschäftsleitung zur kontinuierlichen Verbesserung der Unternehmenszahlen bei hoher Profitabilität führte. Weitere Impulsgeber waren die Entwicklung des jungen Geschäftsbereichs Oerlikon Solar sowie strategische Akquisitionen. Die profitablen Betriebsergebnisse des 4. Quartals 2005 und eine nochmalige Steigerung im 1. Quartal 2006 sowie erste Grosseaufträge im Solarbereich liessen den Kurs in der ersten Jahreshälfte auf über CHF 450 ansteigen. Das positive Halbjahresergebnis beflügelte den Kurs im Juni 2006 erneut. Mit stetigen Kurssteigerungen reagierte der Kapitalmarkt auf das fortgesetzte operative Wachstum sowie auf die Übernahme der Saurer AG. Die Oerlikon Aktie schloss am Jahresende 2006 bei einem Kurs von CHF 603 und stand zum Zeitpunkt der Drucklegung bei CHF 764 (Stichtag 23. März 2007).

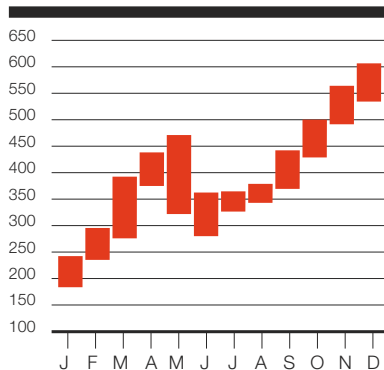
Börsenkotierung und Aktionärsstruktur

Die Namenaktien der OC Oerlikon Corporation AG, Pfäffikon (Börsensymbol: OERL, Valorenummer 081682), sind an der SWX Swiss Exchange kotiert und werden an der virt-x in London gehandelt. Der grösste Aktionär der OC Oerlikon Corporation AG, Pfäffikon ist gemäss Mitteilung vom 16. März 2007 die Victory Industriebeteiligung AG, Wien, mit einem Anteil von 34,2 Prozent. Im Juli 2006 verzeichnete Oerlikon neu die Beteiligung der Renova Holding Ltd. mit Sitz in Nassau, Bahamas, welche gemäss Mitteilung vom

EPS/FCF pro Aktie in CHF



Kursverlauf 2006 in CHF



17. Januar 2007 Aktien in Höhe von 13,8 Prozent hält. Ein Anteil von 7,4 Prozent der Aktien wird von der OC Oerlikon Corporation AG, Pfäffikon selbst gehalten. Insgesamt wurden im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms mehr als 1,1 Mio. Aktien zu einem Durchschnittspreis von CHF 173 erworben. 2006 wurden 351 040 dieser Aktien zu einem Durchschnittspreis von CHF 538 veräussert, was einem Betrag von CHF 189 Mio. entspricht.

Ausblick

Mit der Übernahme der Saurer AG ist das Kernportfolio der Oerlikon Gruppe in der Breite definiert. Mit zukünftigen Akquisitionen wird Oerlikon die Wertschöpfung innerhalb der Segmente in der Tiefe weiter optimieren, den Ausbau zu ganzheitlichen Lösungen und Systemen konsequent vorantreiben und die regionale Präsenz nachhaltig verstärken. Für das laufende Geschäftsjahr sind wir optimistisch, das überproportionale Wachstum für Umsatz und Gewinn unvermindert fortsetzen zu können. Die positive

Verfassung der wichtigsten Märkte, die Führungsstellung im stark wachsenden Solarmarkt, ein kontinuierliches, markt- und kundenorientiertes Innovationsmanagement sowie die Weiterführung der Initiativen zur Margen- und Kostenoptimierung verschaffen Oerlikon dafür eine hervorragende Ausgangsposition.

Aktienkennzahlen Oerlikon

	2006	2005	2004	2003	2002
Anzahl Aktien					
Nennwert pro Titel	20	20	20	20	20
Stimmrechte pro Stück	1	1	1	1	1
Ausgegebene Titel insgesamt	14 142 437	14 142 437	14 142 437	13 170 092	13 170 092
Eigene Aktien	1 050 012	1 412 694	2 235 811	2 204 443	2 133 360
Stimm- und dividendenberechtigt	13 092 425	12 729 743	13 918 856	12 949 649	12 956 732
Bedingte Titel für Wandel- und Optionsanleihen	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000
– davon reserviert	0	0	0	0	0
Bedingte Titel für Mitarbeiterbeteiligung	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000
– davon reserviert	0	0	0	0	0
Genehmigte Titel	–	–	–	2 000 000	2 000 000
Angaben pro Titel (in CHF)¹					
Konzernergebnis	23,44	1,43	–27,68	2,50	–3
Eigenkapital	116,01	73,47	89	115	114
Dividende ²	0	0	0	2	2
Börsenkurse					
Höchst	605	198	200	184	207
Tiefst	191	114	98	74	66
Jahresende	603	198	113	175	93
Börsenkapitalisierung (in CHF Mio.)					
Höchst	8 556	2 799	2 829	2 423	2 726
Tiefst	2 701	1 610	1 386	975	869
Jahresende	8 521	2 799	1 598	2 305	1 225

¹ Durchschnittliche Anzahl Aktien mit Stimm- und Dividendenrecht.

² Dividende 2006: Vorschlag des Verwaltungsrats.

Aktionärsstruktur per 31.12.06 in %

