



## Medienmitteilung

### **AFG steigert den Umsatz in schwierigem Umfeld - Starker Schweizer Franken und steigende Rohstoffpreise belasten das Halbjahresergebnis**

#### **Neue Führung stellt alle Bereiche des Unternehmens auf den Prüfstand**

Arbon, 3. August 2011 - Die AFG Arbonia-Forster-Holding AG weist im 1. Halbjahr 2011 trotz einer währungsbereinigt deutlichen Umsatzsteigerung um 6.4% (+1.0% effektiv) einen rückläufigen EBIT von CHF 10.9 Mio. (Vorjahr CHF 15.2 Mio.) und ein ebenfalls schwächeres Unternehmensergebnis von CHF -1.4 Mio. (CHF 1.3 Mio.) aus. Zurückzuführen ist das vom Unternehmen selber als "enttäuschend" bezeichnete Ergebnis auf die Belastungen durch den starken Schweizer Franken und die spürbare Zunahme der Rohstoffpreise. Die neue Führung der AFG mit dem seit 1. Juni 2011 amtierenden neuen CEO Daniel Frutig und dem neuen Verwaltungsratspräsidenten Paul Witschi ist aufgrund einer ersten Analyse zum Schluss gekommen, dass das Unternehmen unabhängig von den gegenwärtigen, wettbewerbsverzerrenden Währungsverhältnissen und der resultatmässig unbefriedigenden Entwicklung der Gruppe unverändert über sehr gute Grundlagen und hohe unausgeschöpfte Potenziale in allen Divisionen verfügt. Sie ist zuversichtlich, trotz dem schwachen Start im laufenden Geschäftsjahr das Vorjahresergebnis erreichen zu können. Aufgrund der unbefriedigenden Ertragsentwicklung im 1. Halbjahr hat sie entschieden, in den kommenden Monaten alle Bereiche der AFG auf den Prüfstand zu stellen.

Naturgemäss war die Division Heiztechnik und Sanitär am stärksten durch den Kostenschub bei vielen Rohstoffen, namentlich dem Stahl, belastet. Auch die Division Stahltechnik litt unter der Tatsache, dass sich die Stahlpreise nur quartalsweise durch entsprechende Kontrakte absichern lassen, währenddem grosse Abnehmer fixe Preise auf sechs Monate hinaus verlangen.

Die drastisch zuungunsten des Schweizer Produktionsstandortes veränderten Wechselkurse führten zu einer Margen-Erosion der weitgehend aus der Schweiz heraus tätigen Geschäftseinheiten (Stahltechnik, teilweise Oberflächentechnologie). Bei grösseren Objekten in der Division Küchen und Kühlen kam es auch zu einer stärkeren Konkurrenzierung im Heimmarkt Schweiz durch ausländische Anbieter.



## Uneinheitliche Entwicklung der Divisionen

Aufgrund der ungünstigen Entwicklung bei Währungen (Euro) und Rohstoffen (Stahl) blieb die mit einem Umsatzanteil von rund 40% grösste **Division Heiztechnik und Sanitär** unter den Erwartungen. Zwar lag die Division in ihrem Kernmarkt Deutschland und im Hauptsegment Heiztechnik deutlich über dem Vorjahr, aber die britische Aqualux hat nach wie vor Mühe, Umsätze und Erträge zu steigern. Insgesamt stieg der Umsatz der Division im Vorjahresvergleich währungsbereinigt um 3.5%, effektiv sank er jedoch um 7.2%. Die angespannte Preissituation kommt auch in einer Schmälerung der Margen zum Ausdruck, was zu einem rückläufigen EBIT von CHF 16.2 Mio. (CHF 19.2 Mio.) führte.

In der **Division Küchen und Kühlen** lagen sowohl Forster Küchen als auch Warendorf Küchen (ehemals Miele Die Küche) in der Berichtsperiode unter den Vorjahreswerten. Die Fertigung der neuen Stahlküche von Forster bot im ersten Halbjahr erhebliche technische Probleme, und die Produktion in Warendorf kämpft nach wie vor mit Auslastungsproblemen. Piatti liegt hingegen umsatzmässig in allen Segmenten deutlich über den Vorjahreszahlen. Die Währungssituation verlangt allerdings bei grösseren Objekten nach substanziellen Preiszugeständnissen, um im Markt zu bleiben. Die Umsatzsteigerung von CHF 113.7 Mio. auf CHF 118.2 Mio. ist angesichts des enormen Wettbewerbsdrucks eine gute Leistung. Mit einem gegenüber dem Vorjahr unveränderten EBIT von CHF -5.8 Mio. (CHF -5.8 Mio.) hat die Division indessen den Turnaround noch nicht geschafft.

Die **Division Fenster und Türen** präsentiert sich innerhalb des Portfolios der AFG einmal mehr als verlässlicher und sicherer Wert. In der hohen Umsatzzunahme von CHF 159.4 Mio. auf CHF 170.3 Mio. (+6.8%) zeigt sich die starke Marktstellung aufgrund der in allen Segmenten qualitativ überzeugenden Division. Die am EBIT gemessene Ertragsentwicklung übertraf in dieser Division die Umsatzentwicklung mit einem Plus von 14.0% auf CHF 8.9 Mio. (CHF 7.8 Mio.) deutlich.

Die **Division Stahltechnik** konnte den Nettoumsatz um respektable 9.3% auf CHF 73.9 Mio. steigern. Einmal mehr erwies sich auch für die Division Stahltechnik der Heimmarkt Schweiz als Stütze, währenddem der Absatz in den ausländischen Märkten unter den problematischen Wechselkursbedingungen litt. Wie keine andere Division spürte die Division Stahltechnik die Auswirkungen des starken Schweizer Frankens, der steigenden Stahlpreise und des überaus harten Konkurrenzkampfs als Zulieferer der internationalen Automobilindustrie. Mit einem EBIT von CHF 1.3 Mio. erreichte die Division nur noch einen Bruchteil des Vorjahresergebnisses von CHF 5.2 Mio.

Ausgehend von einem im Vergleich mit den Spitzenjahren tiefen Umsatz- und Ertragsniveau entwickelte sich die **Division Oberflächentechnologie** im 1. Halbjahr 2011 erneut positiv. Der Umsatz stieg um 14.1% auf CHF 32.0 Mio. Der EBIT ist zwar nach wie vor negativ, doch konnte auch hier eine Verbesserung um 15.7% auf noch CHF -3.7 Mio. erreicht werden. Die Geschäftsentwicklung der Division ist gekennzeichnet durch eine stark unterschiedliche Entwicklung der Produktsegmente. Allerdings zeigt die mit Abstand wichtigste Sparte Print erfreulicherweise eine deutliche Umsatzsteigerung.



### **Weiterhin solide Bilanz**

Die in den letzten Jahren aktiv bewirtschaftete und entsprechend verkürzte Bilanz zeigt gegenüber dem Vorjahr keine signifikanten Veränderungen. Mit CHF 246.3 Mio. reduzierte sich die Nettoverschuldung geringfügig (CHF 254.5 Mio.). Der Verschuldungsgrad gemessen an der Nettoverschuldung gegenüber dem EBITDA liegt mit -2.14 im Rahmen des Vorjahres (-2.15), ebenso die Eigenkapitalquote von 40.9% gegenüber 40.5% vor einem Jahr. Durch den saisonal bedingten Anstieg des Nettoumlaufvermögens und die Investitionen in die Neubauten und Anlagen im neuen Radiatorenwerk in Stribro, in die Fenster- und Türenproduktion von Slovaktual und in das neue Werk der Division Oberflächentechnologie in China reduzierte sich der Free Cashflow auf CHF -69.9 Mio. (CHF -23.4 Mio.).

### **Entschlossenes Angehen der Probleme**

Der gegenwärtig hohe Wettbewerbsdruck, ausgelöst durch die negativen Währungsrelationen und die anziehenden Rohstoffpreise, lässt strategische Schwächen sowie strukturelle und organisatorische Mängel erkennen. Verwaltungsrat und Konzernleitung unter der Führung des neuen CEO haben deshalb gemeinsam entschieden, in den kommenden Monaten bei der AFG alles auf den Prüfstand zu stellen. Eine Durchleuchtung sämtlicher Divisionen auf mögliche Verbesserungen namentlich auf der Kostenseite, aber auch zur Beschleunigung von Wachstum durch Innovationen, hat hohe Priorität. Der Verwaltungsrat ist willens, dazu gegebenenfalls entsprechende Investitionen zu tätigen. Auch selektive Akquisitionen sind nicht ausgeschlossen.

Um die Abhängigkeit vom Schweizer Franken zu reduzieren und in der Absicht, die bestehenden und im Aufbau befindlichen Brückenköpfe der AFG namentlich in Asien für alle Divisionen zu nutzen, soll zudem der Umsatzanteil ausserhalb der Heimmärkte von aktuell 23 Prozent über die Jahre auf rund 40 Prozent gesteigert werden. Mit diesen Massnahmen sollen die Voraussetzungen geschaffen werden, damit die AFG wieder nachhaltig Wert generieren kann. Erste Resultate dieser Massnahmen sind noch in diesem Jahr zu erwarten. Der Grossteil dürfte aber nicht vor 2012 wirksam werden.

Da die höheren Gestehungskosten auch weiterhin nicht in vollem Umfang auf die Preise überwälzt werden können, dürfte die Ertragslage mindestens im laufenden Jahr angespannt bleiben. Die Erfahrung zeigt allerdings, dass das zweite Halbjahr saisonal bedingt stärker verläuft als das erste. Das Unternehmen ist deshalb und aufgrund der verschiedenen ergriffenen Sofortmassnahmen zuversichtlich, das Vorjahresergebnis trotz dem schwachen Start im laufenden Geschäftsjahr erreichen zu können. Zu diesen Sofortmassnahmen gehört unter anderem auch der bereits kommunizierte, beabsichtigte Abbau des europäischen Fuhrparks der AFG Tochtergesellschaft Asta AG Arbon. Aufgrund der hohen Personalkosten und der Wechselkursentwicklung insbesondere beim Euro ist dieser Teil des Geschäfts der Asta AG Arbon nicht mehr konkurrenzfähig. Unter dem Vorbehalt der gesetzlichen Mitwirkungsrechte der betroffenen Mitarbeitenden sollen die 17 mit dem europäischen Fuhrpark verbundenen Arbeitsplätze aufgehoben werden. Die auf die Schweiz ausgerichteten Logistikaktivitäten der Asta AG Arbon sind von dieser geplanten Massnahme nicht betroffen.



## **Kontakte**

AFG Arbonia-Forster-Holding AG

Daniel Frutig

CEO

Tel. +41 71 447 45 50

[daniel.frutig@afg.ch](mailto:daniel.frutig@afg.ch)

Felix Bodmer

CFO

Tel. +41 71 447 45 51

[felix.bodmer@afg.ch](mailto:felix.bodmer@afg.ch)

Diese Mitteilung und weitere Informationen zur AFG Arbonia-Forster-Holding AG finden Sie auf unserer Website [www.afg.ch](http://www.afg.ch).

Den Halbjahresbericht 2011 finden Sie auf unserer Website unter [www.afg.ch/HJB2011\\_de.pdf](http://www.afg.ch/HJB2011_de.pdf) oder [www.afg.ch/HJB2011\\_en.pdf](http://www.afg.ch/HJB2011_en.pdf).

### **Über die AFG**

Die AFG Arbonia-Forster-Holding AG mit Sitz in Arbon, Schweiz, ist ein führender integrierter Bauausrüstungs- und Technologiekonzern. Das an der SIX Swiss Exchange kotierte Unternehmen ist in die fünf Divisionen Heiztechnik und Sanitär, Küchen und Kühlen, Fenster und Türen, Stahltechnik sowie Oberflächentechnologie gegliedert. Die Produktionsstätten befinden sich in der Schweiz, in Deutschland, Frankreich, in den USA, in Tschechien, England und in der Slowakei. Weltweit ist die AFG mit rund 50 eigenen Produktions- und Vertriebsgesellschaften sowie mit Vertretungen und Partnern in über 70 Ländern aktiv. Die Marken Kermi, Arbonia, Prolux, Aqualux, Forster Küchen, Forster Kühlen, Warendorf, Piatti, EgoKiefer, RWD Schlatter, Slovaktual, Forster Präzisionsstahlrohre, Forster Profilsysteme, STI | Hartchrom und Asta bilden das Rückgrat der AFG. Mit diesen Marken hat die AFG Arbonia-Forster-Holding AG in den Heimmärkten Schweiz und Deutschland führende Marktstellungen aufgebaut. Die Bearbeitung neuer Märkte in Osteuropa und Russland sowie im Nahen und Fernen Osten wird unter Berücksichtigung der konjunkturellen Entwicklung weiter vorangetrieben. 2008 wurde ein eigener Marktbereich Asia Pacific geschaffen. Der Fokus richtet sich auf Marktsegmente, die ausserordentliche Innovationsfähigkeit sowie hohe Lieferbereitschaft durch intakte Margen honorieren und Potenzial für langfristig überdurchschnittliches Wachstum bieten.