



Medienmitteilung

AFG-Transformation auf Kurs

Bereinigtes Ergebnis nach Steuern im ersten Semester 2012 positiv – Kalter Winter und Wechselkursthematik beeinflussen Umsatzentwicklung – Strategische Initiativen beginnen zu greifen

A r b o n, 7. August 2012 – Die AFG Arbonia-Forster-Holding AG hat im ersten Halbjahr 2012 einen Nettoumsatz von CHF 594.3 Mio. (Vorjahr CHF 634.6 Mio.) erzielt. Bereinigt um Währungs-, Akquisitions- und Devestitionseffekte liegt der Nettoumsatz 3.2% unter dem Vorjahr (effektiv –6.4%). Dafür verantwortlich sind die anhaltend schwierigen Wechselkursverhältnisse sowie Bauverzögerungen als Folge des langen und kalten Winters. Das EBIT von CHF 12.8 Mio. liegt um 16.9% über dem Vorjahreswert von CHF 10.9 Mio. Mit einem um Buchverluste aus Devestitionen bereinigten Unternehmensgewinn nach Steuern von CHF 1.0 Mio. konnte wieder ein positives Resultat erzielt werden. Die AFG ist in der Transformationsphase weiter auf Kurs – die neue Führungsmannschaft ist etabliert, die strategischen Initiativen beginnen zu greifen und die Ausrichtung als Bauausrüster ist klar auf die Megatrends Energieeffizienz, Sicherheit und Gesundheit fokussiert.

Das erste Semester 2012 ist insgesamt für die AFG achtbar verlaufen. Der leichte Umsatzrückgang auf bereinigter Basis von 3.2% ist einerseits auf Bauverzögerungen als Folge des kalten Winters zurückzuführen. Andererseits spiegeln sich die unsichere Wirtschaftslage und die Zurückhaltung bei den Kunden vor allem in den Umsatzentwicklungen der Divisionen Heiztechnik und Sanitär sowie Stahltechnik, welche die nachlassende Dynamik in Osteuropa, aber auch in Frankreich und Italien direkt zu spüren bekommen. Die aus dem Produktionsstandort Schweiz operierenden Einheiten sind von dieser Entwicklung überdurchschnittlich betroffen. Die Fortschritte in der Produktivität werden dadurch zunichte gemacht. Die günstigen Importbedingungen für ausländische Anbieter führen in der Schweiz zusätzlich zu einem starken Preisdruck.

Das EBIT liegt mit CHF 12.8 Mio. über dem Vorjahr (CHF 10.9 Mio.), mit einem bereinigten Gewinn von CHF 1.0 Mio. trägt die Neuorientierung zudem erste Früchte. Effektiv resultiert ein Verlust von CHF 11.3 Mio., beeinflusst durch Währungsverluste von total CHF 13.9 Mio. unter anderem aus dem Verkauf von Aqualux.

Der Transformationsprozess der AFG zum integrierten Bauausrüster kam im ersten Halbjahr plangemäss voran. Mit dem Verkauf des nationalen Transport- und Logistikgeschäfts der Tochtergesellschaft ASTA und der englischen Aqualux wurde die Fokussierung auf die Kerngeschäfte weiter vorangetrieben. Rückwirkend per 30. April 2012 wurde zudem das Geschäft der AFG Kitchens UK Ltd. im Rahmen eines Management buyouts an den bisherigen Geschäftsführer verkauft.

Die vor Jahresfrist bekannt gegebenen strategischen Initiativen wurden weiter verfeinert, sodass sie nun zu greifen beginnen. Insbesondere in der Produktion, im Einkauf sowie in der Einrichtung internationaler Hubs zur gemeinsamen Erschliessung neuer Märkte bestehen grosse Chancen zur Erreichung der Ziele. Die strategische Ausrichtung als Bauausrüstungskonzern auf die drei Megatrends Energieeffizienz, Sicherheit und Gesundheit zeigt die Klammer, in der sich die AFG-Gesellschaften bewegen werden.

Unterschiedliche Entwicklung in den Divisionen

Der Umsatz der mit einem Umsatzanteil von rund 37% grössten Division **Heiztechnik und Sanitär** liegt bereinigt um Währungseffekte und um die per 21. Mai 2012 veräusserte Aqualux 3.5% unter dem Vorjahreswert (CHF 241.2 Mio.); effektiv beträgt der Umsatz CHF 219.2 Mio. (−9.1%). Das Vorjahr war in den ersten Monaten noch durch staatliche Förderungsmassnahmen und Vorzieheffekte geprägt. Im Bereich Heiztechnik entwickelte sich der Export nach Osteuropa schleppend und nach Russland positiv, wogegen der Export im Bereich Sanitär weiter zulegen konnte. Einen Zuwachs verzeichnete der Umsatz in der Schweiz. Trotz gesamthaft tieferer Umsätze ist das EBIT von CHF 18.4 Mio. höher als im Vorjahr (+13.7%).

Nach dem Verkauf von Aqualux kann die Division das Sanitärgeschäft auf die dreistufige Marktbearbeitung über Fachhändler und -installateure sowie auf Qualitätsprodukte fokussieren. Damit verbunden sind die Einführung von Kermi-Duschabtrennungen in der Schweiz, aber auch eine weitere Internationalisierung mit Fokus Russland.

Die Zusammenlegung der drei Marken Forster, Piatti und Warendorf innerhalb der Drei-Marken-Strategie und unter einem gemeinsamen Dach in der Schweiz zeitigt erste Erfolge in der Division **Küchen und Kühltechnik**. Der Umsatz der Division konnte von CHF 118.2 Mio. im Vorjahr auf CHF 120.0 Mio. gesteigert werden, währungsbereinigt betrug das Wachstum 2.1%. Das Wachstum stammt vom Küchengeschäft und dort im Speziellen von Forster und Piatti. Das negative EBIT von CHF −2.5 Mio. zeigt eine deutliche Verbesserung gegenüber dem ersten Semester 2011 (CHF −5.8 Mio.).

Der Marke Forster ist es gelungen, die Produktionsprobleme teilweise zu beheben und die qualitative und quantitative Marktnachfrage zu befriedigen. Das neue Drei-Marken-Studio in Basel verzeichnet ein wachsendes Auftragsvolumen; das nächste Studio wird Anfang 2013 in Lausanne eröffnet.

Die Division **Fenster und Türen** konnte die Umsatzziele nicht erreichen. Verantwortlich für den Rückgang ist der zeitliche Rückstand vieler Baustellen als Folge des kalten Winters in den Monaten Januar und Februar. Daraus resultierte ein um Währungseffekte bereinigter Umsatzrückgang von 4.8% gegenüber der Vorjahresperiode; effektiv beträgt der Umsatz CHF 158.8 Mio. (−6.7%). Die Wettbewerbssituation verschärft sich zunehmend mit einem Preisdruck durch den Import von Fenstern aus dem EU-Raum. Etwas besser präsentiert sich die Situation im Bereich

Türen, wo ein Rekord hoher Auftragsbestand erzielt werden konnte. Trotz Verzögerungen bei der Realisierung konnten die Vorjahreswerte leicht übertroffen werden. Das EBIT der Division liegt aufgrund der schwächeren Umsatzentwicklung mit CHF 6.1 Mio. unter dem Vorjahr (CHF 8.9 Mio.).

Mitte August wird in Roggwil (TG) mit dem Spatenstich der Startschuss gegeben für ein Investitionsvolumen von rund CHF 30 Mio. in die Erweiterung und den Ausbau der Türenfabrikation bei der RWD Schlatter AG.

Die Division **Stahltechnik** war von der schwachen Entwicklung der europäischen Automobilindustrie sowie dem Einbruch im Bau- und Immobiliengewerbe in Italien, Frankreich und Osteuropa betroffen. Entsprechend war der Umsatz mit CHF 65.9 Mio. um 10.9% tiefer als im Vorjahr. Obwohl die Volumen im Bereich der Stahlprofile höher lagen als im Vorjahr, sind die Umsätze leicht gefallen. Das zeigt klar den Preis- und Margendruck sowie die Wechselkursproblematik. Mit einem EBIT von CHF 0.6 Mio. konnte das Vorjahresergebnis nicht ganz erreicht werden.

Die Division **Oberflächentechnologie** entwickelte sich uneinheitlich, in der Gesamtheit konnte der Umsatz um 2.6% auf CHF 32.8 Mio. gesteigert werden; akquisitions- und währungsbereinigt betrug die Zunahme noch 1.2%. Nach einem verhaltenen Start hat vor allem der Bereich Druck Ende des ersten Semesters aufholen können. Am neuen Standort in China begannen im April 2012 die Auslieferungen. Das negative EBIT fiel mit CHF –1.8 Mio. deutlich besser als im Vorjahr aus; verantwortlich waren insbesondere ein straffes Kostenmanagement sowie tiefere Abschreibungen.

Führungsteam steht

Abgeschlossen wurden im ersten Halbjahr die personellen Anpassungen in der Führung und deren Etablierung: Die Neubesetzung der Divisionsleitung Stahltechnik per 1. Juli 2012 mit Christoph Schönenberger und die entsprechenden organisatorischen Anpassungen haben zum Ziel, die vorhandenen Chancen auf den Märkten besser nutzen zu können.

Im Rahmen einer langfristig geplanten Nachfolgeregelung übergibt Thomas Gerosa die Leitung der EgoKiefer AG per 1. Januar 2013 Roman Hänggi. Thomas Gerosa hat die Entwicklung der EgoKiefer AG zum führenden Fenster- und Türenfabrikanten in der Schweiz in den 40 Jahren seiner Tätigkeit entscheidend geprägt – seit 1987 als Geschäftsführer sowie seit 2004 zusätzlich als Leiter der Division Fenster und Türen und Mitglied der Konzernleitung der AFG.

Nach erfolgreichem Aufbau der Division Fenster und Türen konzentriert sich Thomas Gerosa in seiner Funktion als Divisionsleiter nun auf die weitere Internationalisierung und das Wachstum der Marken EgoKiefer, RWD Schlatter und Slovaktual. Thomas Gerosa verbleibt in dieser Funktion in der Konzernleitung der AFG.

Roman Hänggi, ETH-Ingenieur mit einem Doktorat an der HSG, war zuletzt bei der Hilti AG in Schaan/FL als Head Strategic Business Unit Measuring tätig. Weitere berufliche Stationen waren die SIG/Bosch in Neuhausen sowie die Leica Geosystems.

Mit diesen Anpassungen und der gleichzeitigen Verschlankung der Konzernleitung ist die neue Führung etabliert.

Ausblick

Operativ ist die AFG weiterhin auf zwei Ebenen gefordert; aufgrund der schwierigen Wechselkursverhältnisse bleibt der Export eine grosse Herausforderung. Gleichzeitig wächst durch die zunehmenden Billigimporte der Druck auf die Umsätze und Margen im Inland weiter an. Trotz diesen hohen Anforderungen und den anhaltend schwierigen Marktbedingungen geht die AFG davon aus, dass die zahlreichen eingeleiteten Massnahmen Wirkung zeigen werden und der Umsatzrückstand aus dem ersten Semester insbesondere im Kerngeschäft im zweiten – in der Regel stärkeren – Halbjahr wenigstens teilweise aufgeholt werden kann.

Kontakt

Daniel Frutig

Chief Executive Officer

Telefon +41 71 447 45 50

daniel.frutig@afg.ch

Stefan Kern

Head Corporate Communications

Telefon +41 71 447 45 64

stefan.kern@afg.ch

Notiz an die Redaktionen

Diese Medienmitteilung, den Bericht zum ersten Halbjahr 2012 sowie weitere Informationen zur AFG finden Sie auf unserer Website auf www.afg.ch.

Ein Bild des zukünftigen Geschäftsführers von EgoKiefer, Roman Hänggi, finden Sie unter www.afg.ch, Menüpunkt Medien/News (Bilder).

CEO Daniel Frutig steht für Mediengespräche zwischen 10.00 und 11.00 Uhr zur Verfügung. Kontakt über Stefan Kern.

AFG

Die AFG ist ein technologisch führender Bauausrüstungskonzern, der durch innovative Lösungen und Services überzeugt und sich auch international erfolgreich durchsetzt. Die an der SIX Swiss Exchange kotierte AFG hat ihren Hauptsitz in Arbon, Kanton Thurgau (Schweiz). Weltweit ist sie mit rund 50 eigenen Produktions- und Vertriebsgesellschaften sowie mit Vertretungen und Partnern in über 70 Ländern aktiv.

Die fünf Divisionen, in welche die AFG gegliedert ist, widerspiegeln das Tätigkeitsfeld der Gruppe: Heiztechnik und Sanitär, Küchen und Kühltechnik, Fenster und Türen, Stahltechnik sowie Oberflächentechnologie. Die Produktionsstätten befinden sich in der Schweiz, in Deutschland, Frankreich, Tschechien, in der Slowakei, in den USA und in China. In den Heimmärkten Schweiz und Deutschland hat die AFG eine führende Marktposition inne. Die Erschliessung neuer Märkte und die damit verbundene Internationalisierung sind das Ziel der Gruppe.