

# HALBJAHRESBERICHT 2005

WKN 778840 / ISIN DE0007788408

**ALNO AG**

Alno | Geba | Impuls | Pino | Wellmann

## **SEHR VEREHRTE AKTIONÄRIN, SEHR GEEHRTER AKTIONÄR!**

### **1.0 AUSGANGSLAGE**

#### **1.1 Unternehmensentwicklung**

Der ALNO Konzern hat das Geschäftsjahr 2004 erstmals seit langen Jahren wieder mit einem Gewinn abgeschlossen, nachdem in den Jahren seit dem Börsengang 1995 mehr als EUR 60 Mio. kumulierte Verluste erwirtschaftet worden sind. Mit einem Ergebnis vor Steuern in Höhe von EUR 3,7 Mio. weist das Unternehmen 2004 gegenüber dem Vorjahr einen Gewinnsprung von EUR 9,3 Mio. auf und hat damit das beste Vorsteuerergebnis seit acht Jahren erzielt. Zu der positiven Ergebnisentwicklung haben vor allem die ALNO AG inklusive ihrer Tochtergesellschaften IMPULS und PINO mit Rekordergebnissen beigetragen.

Der Kurs der ALNO Aktie hat sich von einem Tiefstniveau von EUR 1,50 zu Beginn von FUTURA im Jahr 2002 zum Jahresende 2004 auf einen Kurs von EUR 4,17 nahezu verdreifacht. Der Höchstkurs des Jahres 2005 lag im April bei EUR 8,40.

Die Ergebnis- und Wertentwicklung ist das Resultat der zur Mitte des Jahres 2002 begonnenen Sanierung und Neuausrichtung des ALNO Konzerns auf Basis des Strategieprogramms FUTURA. FUTURA ist ein gleichermaßen strategisch wie operativ ausgerichtetes Ziel- und Maßnahmenpaket zur Stabilisierung

und unternehmerischen Weiterentwicklung der ALNO AG. FUTURA umfasst die gesamte Unternehmensgruppe und verfolgt als oberstes Ziel die Erhöhung des Unternehmenswertes.

Die Strategieprogramme FUTURA I und II mit ergebniswirksamen Effekten von EUR >60 Mio. (2002-2004) haben die ALNO AG in die Lage versetzt, massive Umsatzverluste im Jahr 2002 aufzufangen, erhebliche Altlasten zu bereinigen und dabei gleichzeitig das Vorsteuerergebnis des Jahres 2001 von EUR -18,6 Mio. (vor Beginn von FUTURA) Jahr für Jahr auf EUR 3,7 Mio. Vorsteuergewinn (EBT) zum Jahresende 2004 zu verbessern.

Mit Erreichen der Profitabilität des ALNO Konzerns und der hieraus resultierenden Steigerung des Unternehmenswertes (gemessen an der Marktkapitalisierung) innerhalb von weniger als drei Jahren um in der Spitze EUR >60 Mio. gegenüber der Ausgangsbasis vor Beginn der Neuausrichtung hat FUTURA die Erwartungen bei weitem übertroffen.

#### **1.2 Prämissen des Geschäftsjahres 2005**

Der ALNO Konzern hatte sich im Rahmen der Planung für das Jahr 2005 auf erhebliche Ergebnisbelastungen einzustellen.

- Fortsetzung des preisaggressiven Verdrängungswettbewerbes in der Küchenmöbelbranche, getrieben vor allem durch Konsumflaute und Überkapazitäten bei Industrie und Handel.

- Lieferantenbedingte Materialpreiserhöhungen, insbesondere bei stahlbasierten Produkten und Plattenware sowie Kostensteigerungen aufgrund der Einführung von Mautgebühren und erheblich verteuerter Benzinpreise im Bereich der Logistik.
- Noch nicht abgearbeiteter Sanierungsbedarf bei der im IV. Quartal 2003 übernommenen CASAWELL Service GmbH, Enger.

Allein die **extern verursachten Kostenbelastungen** implizierten einen planerischen Sachkostenanstieg von rund EUR +15,0 Mio. für das Jahr 2005, den es wirtschaftlich zu kompensieren gilt. Die Rahmenbedingungen des tendenziell rezessiven, vom Verdrängungswettbewerb gekennzeichneten inländischen Absatzmarktes haben, wenn überhaupt, nur eine sehr begrenzte Weitergabe der erhöhten Gestehungskosten an Handel und Verbraucher erwarten lassen. Weiterhin bedeutet jedes Prozent Marktrückgang für den ALNO Konzern ein zusätzliches Ergebnisrisiko in Millionenhöhe, es sei denn, es gelingt weiterhin, sich über Wachstum von der allgemein negativen Marktentwicklung positiv abkoppeln zu können.

Auch **intern** sind 2005 Belastungen zu verkraften: Während die Gesellschaften der ALNO AG „alt“ aufgrund der umfassenden operativen und strategischen Neuausrichtung der letzten Jahre auf breiter Front in 2004 mit Rekordergebnissen aufwarten konnten, beeinträchtigt der noch bestehende Restrukturierungsbedarf innerhalb der CASAWELL Gruppe die Wirtschaftlichkeit

des Gesamtunternehmens. CASAWELL ist erst seit gut einem Jahr Bestandteil des ALNO Konzerns und hat in dieser Zeit aufgrund intensiver Aktivitäten der Neuausrichtung seine operative Substanz gestärkt. Die Ergebnislage der CASAWELL Service GmbH hat sich seit ihrer Zugehörigkeit zum ALNO Konzern erheblich verbessert, eine zufriedenstellende Ertragskraft konnte innerhalb nur eines Jahres der Neuausrichtung jedoch noch nicht erreicht werden.

Die dargestellten externen und internen Herausforderungen des Geschäftsjahres 2005 galt es, unternehmerisch aufzunehmen und über geeignete Maßnahmen abzufedern: Die wiedergewonnene Profitabilität des ALNO Konzerns muss so gut wie möglich verteidigt werden, gleichzeitig sind die noch vorhandenen internen Schwachstellen zu bereinigen.

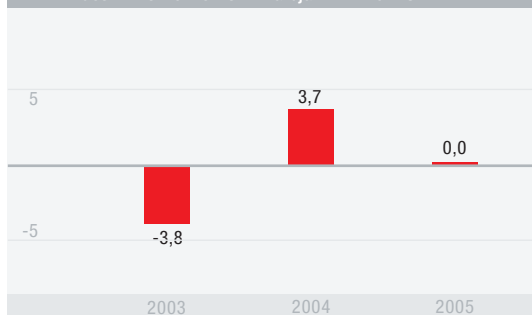
## 2.0 UNTERNEHMENSENTWICKLUNG

### 1. HALBJAHR 2005

#### 2.1 Ergebnisverlauf

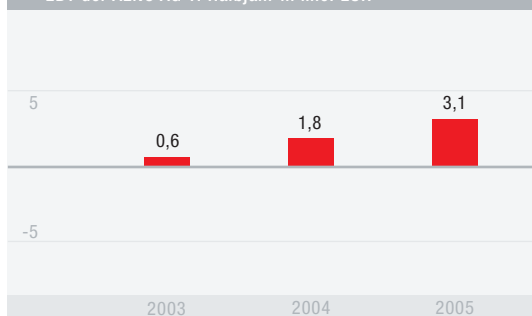
Nach Abschluss des ersten Halbjahres 2005 weist der ALNO Konzern mit einem EBT in Höhe von TEUR 26 ein ausgeglichenes Ergebnis aus. Das Konzernergebnis ist durch den nicht zum Kerngeschäft zählenden Zerlegt-Küchenmöbelhersteller WELLPAC in Höhe von EUR -4,8 Mio. belastet. WELLPAC wurde zum 30.06.2005 an die MBG Mittelstands Beteiligungs- und Beratungsgesellschaft mbH, Bad Rothenfelde, veräußert. Der Verkauf von WELLPAC stellt einen wesentlichen Schritt im Rahmen des Neuausrichtungsprogramms der CASAWELL Gruppe dar.

EBT des ALNO Konzerns 1. Halbjahr in Mio. EUR



Das Stammgeschäft des Konzerns, die ALNO AG, Pfullendorf (ohne Beteiligungen), hat im ersten Halbjahr 2005 ein Ergebnis vor Steuern in Höhe von EUR 3,1 Mio. erwirtschaftet, was eine +75%ige Steigerung gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres bedeutet. Die ALNO AG erzielt damit das beste Halbjahresergebnis nach dem Jahr des Börsenganges 1995.

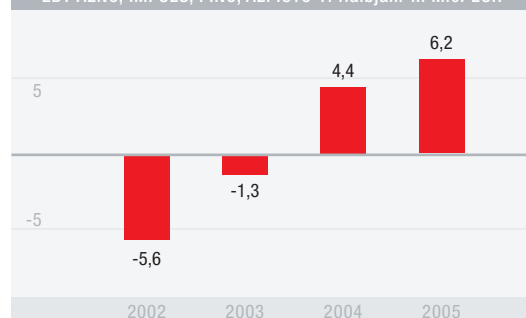
EBT der ALNO AG 1. Halbjahr in Mio. EUR



Neben der ALNO AG (ohne Beteiligungen) ist auch die Ergebnisentwicklung der **IMPULS Küchen GmbH, Brilon**, hervorzuheben. IMPULS

hat sein Ergebnis im ersten Halbjahr 2005 gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres nochmals überplanmäßig um +76,5 % gesteigert, nachdem bereits zum Jahresende 2004 unter neuem Management ein Ergebnissprung von EUR +4,2 Mio. im Vergleich zum Vorjahr erwirtschaftet worden ist. Auch **PINO** hat ein überplanmäßig positives Halbjahresergebnis zu verzeichnen, das jedoch das überdurchschnittlich gute Ergebnis der vergleichbaren Vorjahresperiode unterschreitet. Insgesamt steigern die **Gesellschaften der ALNO AG** „alt“ ihr Ergebnis vor Steuern um 42,8 % gegenüber dem ersten Halbjahr 2004 und setzen ihren seit 2002 kontinuierlichen Aufwärtstrend weiter fort.

EBT ALNO, IMPULS, PINO, ALPICTO 1. Halbjahr in Mio. EUR



Die Ergebnisentwicklung der **CASAWELL Gruppe** wird durch die zum Ende des ersten Halbjahres 2005 veräußerte WELLPAC GmbH in Höhe von EUR -4,8 Mio. belastet. GEBA schließt aufgrund der im letzten Jahr durchgeführten Effizienzoptimierung sowie gesteigener Umsätze das erste Halbjahr mit einer deutlichen Ergebnissteigerung von +262,9 % positiv ab.

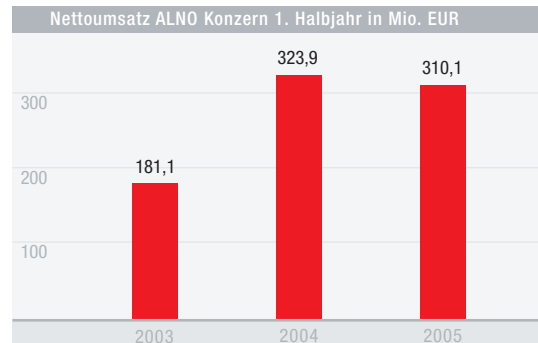
Die Firma WELLMANN weist eine unterplanmäßige Ergebnisentwicklung aus und beendet das erste Halbjahr 2005 unter dem positiven Halbjahresergebnis der Geschäftsperiode 2004. Ursächlich hierfür sind vor allem rückläufige Umsätze und eine trotz der bereits durchgeführten Restrukturierungsmaßnahmen nach wie vor nicht zufriedenstellende Kostenstruktur.

Das **Auslandsgeschäft** hat seine Ertragskraft im ersten Halbjahr 2005 um weitere +6 % erhöht, nachdem das Geschäftsjahr 2004 nach umfassender Restrukturierung bereits um +91 % über der Vorperiode abgeschlossen werden konnte.

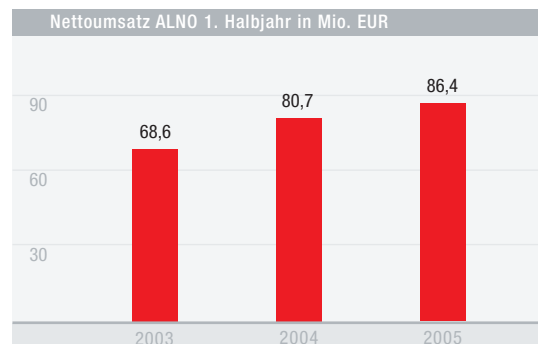
## 2.2 Umsatzentwicklung

Der Umsatz des **ALNO Konzerns** beläuft sich zum Ende des ersten Halbjahres 2005 auf EUR 310,1 Mio. und liegt damit um -4,3 % unter dem Vergleichswert des Vorjahres. Der Umsatzverlauf ist vor dem Hintergrund der mit -6,1 % rückläufigen inländischen Küchenmöbelbranche zu sehen.

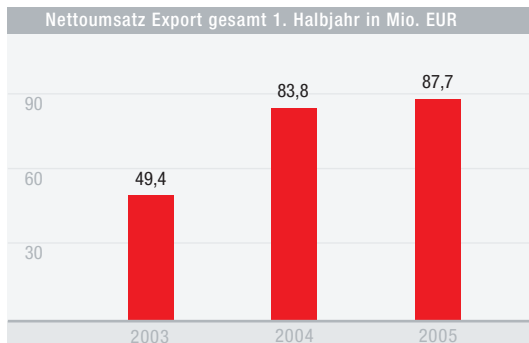
Die Gesellschaften der ALNO AG „alt“ erhöhen insgesamt ihren Umsatz um +3,9 % und gewinnen wie bereits 2004 auf breiter Front Marktanteile. Trotz dieser positiven Entwicklung kann der Umsatzrückgang der CASAWELL Gruppe nicht in vollem Umfang ausgeglichen werden.



Hervorzuheben ist das anhaltend deutliche Wachstum der **ALNO AG, Pfullendorf**. Das Unternehmen setzt nach einem Wachstum von +17,3 % im Jahr 2004 im Verhältnis zum Vorjahr seinen Marktanteilsgewinn auch im ersten Halbjahr 2005 durch eine nochmalige Umsatzsteigerung von +7,0 % im Vergleich zur entsprechenden Vorjahresperiode weiter ungebrochen fort. Hierbei baut das Inland, das bereits 2004 seinen Umsatz gegenüber dem Vorjahr um +27,4 % ausgeweitet hatte, auch im ersten Halbjahr 2005 mit einer Steigerung von +9,4 % gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres sein Geschäft weiter signifikant aus.



Das **Auslandsgeschäft** trägt mit einer Wachstumsrate von +4,7 % gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres positiv zur Umsatzentwicklung des Konzerns im ersten Halbjahr 2005 bei.



### 2.3 Kostenentwicklung

Die Hauptkategorien Material-, Personal-, Verschiedene sowie kalkulatorische Kosten unterschreiten auf Konzernebene das Vorjahr um -3,6% und die Planung um -7,0%. Hierbei setzen die Gesellschaften der ALNO AG „alt“ die kontinuierliche Effizienzverbesserung der letzten Jahre trotz tendenziellen Beschaffungskostenanstiegs weiter fort. Negativ steht die nach wie vor unzureichende Personalkosteneffizienz der CASAWELL Firmen zu Buche.

Insgesamt wird deutlich, dass die erwarteten extern verursachten Kostenrisiken mit einem Bedrohungspotenzial in Höhe von rund EUR -15 Mio. durch frühzeitig in Angriff genommene Kostensenkungsmaßnahmen bisher weitgehend abgewehrt werden konnten. Die durch die Einführung der Mautgebühren sowie durch drastisch angestiegene Benzinpreise erhöhten Trans-

portkosten sind nicht aufzufangen und belasten in vollem Umfang die Ergebnisentwicklung.

### 2.4 Personal

Der ALNO Konzern hat im ersten Halbjahr 2005 mit 2.816 Mitarbeitern insgesamt -3,7% weniger Personal als in der Vergleichsperiode des Vorjahres beschäftigt. Hierbei hat die ALNO AG, Pfullendorf, gegenüber dem ersten Halbjahr 2004 im Zuge der Ressourcenzentralisierung sowie aufgrund der Ausweitung der Produktionskapazitäten acht Mitarbeiter neu eingestellt. Die Restrukturierung der CASAWELL Gruppe hat gegenläufig den Personalstand um -9% reduziert.

Angesichts des -2,4%igen Stückzahlenrückgangs bedeutet der -3,7%ige Belegschaftsabbau eine erhöhte Effizienz im Gesamtkonzern.

### 2.5 Resümee Geschäftsverlauf

#### 1. Halbjahr 2005

Zusammengefasst stellt sich der Geschäftsverlauf des ALNO Konzerns wie folgt dar.

- Die Gesellschaften der ALNO AG „alt“ setzen ihre positive Entwicklung hinsichtlich Wachstum, Effizienz und hieraus resultierend Wirtschaftlichkeit in Kontinuität der vergangenen Jahre weiter ungebrochen fort. Die Maßnahmen des Strategieprogramms FUTURA beweisen selbst in der durch Branchenrezession, Verdrängungswettbewerb und externen Kostensteigerungsdruck geprägten Küchenmöbelbranche Nachhaltigkeit und führen zu weiter verbesserter Profitabilität.

- Die im letzten Geschäftsjahr bereits antizipativ eingeleiteten Maßnahmen zur Abfederung des marktbedingten Kostendrucks wirken ergebnissichernd. Die vertriebs-, sortiments- und marketingpolitisch entwickelten Strategieprogramme von FUTURA sorgen für Stabilität in der Vermarktung.
- Das Ausland entwickelt sich nach der fundamentalen Restrukturierung der letzten zwei Jahre positiv und steigert wie bereits 2004 auch im ersten Halbjahr 2005 nochmals seine Ertragskraft.
- Die nach wie vor nicht ausreichende Wirtschaftlichkeit der CASAWELL Gruppe macht deutlich, dass die Neuausrichtung des Unternehmens nach nur einem Jahr der Restrukturierung trotz überplanmäßiger Realisierung von Integrationssynergien noch nicht beendet sein kann.

Ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur Optimierung von CASAWELL war die Effizienzverbesserung bei GEBA. Die Firma arbeitet mittlerweile wirtschaftlich und verbreitert aufgrund gezielter vertriebspolitischer Aktivitäten sowie der in der Umsetzung befindlichen Sortimentsoffensive schrittweise seine Kundenbasis.

Wesentlich für die Sanierung der Unternehmensgruppe ist ebenfalls die Desinvestition des Zerlegt-Küchenanbieters WELLPAC. WELLPAC gehörte nicht zum Kerngeschäft des ALNO Konzerns und war 2004 mit einem Ergebnis vor Steuern in Höhe von

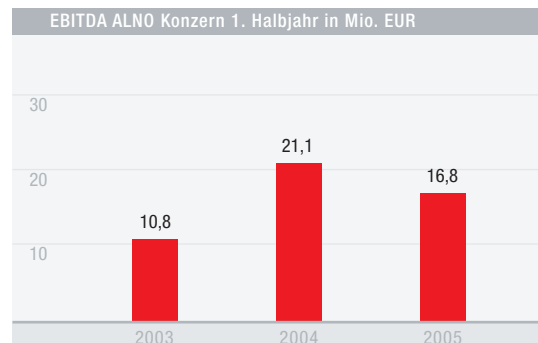
EUR -2,7 Mio. der größte Verlustbringer im ALNO Verbund.

Die bisher erfolgte Neuorientierung von WELLMANN hat zu über den Erwartungen liegenden ergebniswirksamen Effekten geführt, die das Ertragsniveau der Firma sichtlich verbessert haben. Es besteht allerdings hinsichtlich der Organisations- und Führungseffizienz sowie der Sortiments- und Vertriebspolitik nach wie vor Handlungsbedarf, der in den nächsten zwölf Monaten abzarbeiten ist. Dies bedeutet für WELLMANN eine ähnlich lange Restrukturierungsphase wie seinerzeit für die ALNO AG.

### 3.0 FINANZEN UND BILANZ

#### 3.1 Finanzen

Der EBITDA belief sich zum Ende des ersten Halbjahres 2005 auf EUR 16,8 Mio., was einem ergebnisgetriebenen Rückgang von EUR -4,3 Mio. gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres bedeutet.



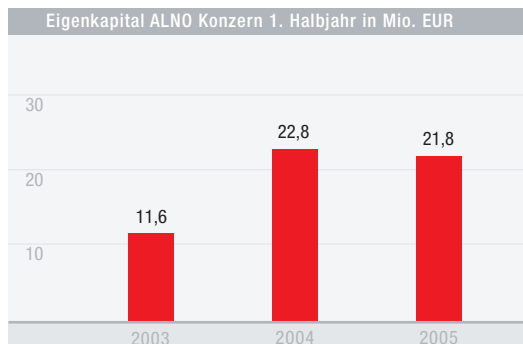
Bei einem Investitionsvolumen von EUR 11,9 Mio. belief sich der Freie Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit zum 30.06.2005 auf EUR 2,8 Mio.

Die Liquiditätslage des Konzerns war über das gesamte erste Halbjahr 2005 mit einem erheblichen Dispositionsspielraum versehen. Zur Jahresmitte übertraf die Konzernliquidität in Höhe von EUR 20,2 Mio. den konservativ geplanten Finanzplan um mehr als das Doppelte.

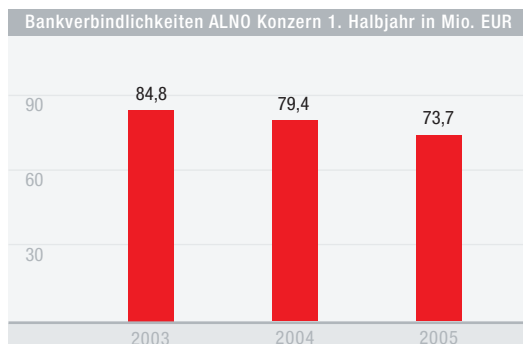
### 3.2 Bilanz

Die Bilanzsumme hat sich zum 30.06.2005 um -4,5 % auf EUR 243,7 Mio. verringert (Halbjahr 2004: EUR 255,5 Mio.). Damit findet die effizienzorientierte Reduzierung der Mittelbindung des Vorjahres im Konzern ihre Fortsetzung.

Das Eigenkapital beläuft sich auf EUR 21,8 Mio. und reduziert sich im Periodenvergleich gegenüber dem Vorjahr um insgesamt EUR -1,0 Mio. Die wesentliche Ursache hierfür ist der im Vergleich zum ersten Halbjahr 2004 um EUR -3,7 Mio. verringerte Halbjahresüberschuss, dem eine aus dem Jahresergebnis 2004 sich ergebende Reduzierung des Verlustvortrags in Höhe von EUR 2,6 Mio. positiv gegenübersteht.



Die wesentlichen Effekte für die Verringerung der Mittelbindung liegen auf der Aktivseite in einer -9,1%igen Verringerung des Umlaufvermögens, auf der Passivseite können aufgrund der hohen Liquidität zinstragende Bankverbindlichkeiten um EUR 5,7 Mio. sowie ein Darlehen gegenüber der IRE Beteiligungs GmbH, Schorn-dorf (Whirlpool), in Höhe von EUR 4,0 Mio. zurückgeführt werden, die Verringerung der zinstragenden Verbindlichkeiten ist ein wichtiges Ziel des ALNO Konzerns im Rahmen der Restrukturierung der Passivseite.



Alle anderen Bilanzhauptpositionen bewegen sich in Kontinuität zur normalen Geschäftsentwicklung und weisen keine nennenswerten Veränderungen auf.

### 3.3 Kapitalmarkt/Investoren

Auf der Hauptversammlung 2005 haben die Aktionäre der ALNO AG der Erhöhung des Grundkapitals um bis zu 4,5 Mio. Aktien zum Nennwert von EUR 2,60 (EUR 11,7 Mio.) in den nächsten fünf Jahren durch Vorstandsbeschluss bei Aufsichtsratsgenehmigung zugestimmt. Gleichzeitig verfällt der 2003 durch die Hauptversammlung genehmigte, noch nicht genutzte Kapitalerhöhungsbetrag in Höhe von 1,2 Mio. Aktien à EUR 2,60 Nennwert.

Der Kapitalerhöhungsbeschluss der Hauptversammlung 2005 eröffnet dem Unternehmen die Möglichkeit, neues Kapital zu beschaffen, entweder zur weiteren Tilgung der nach wie vor hohen Verschuldung oder aber zur Finanzierung weiteren Wachstums des Konzerns.

Die IRE Beteiligungs GmbH, Schorndorf (Whirlpool), hat noch aus der im Jahr 2003 von der Hauptversammlung genehmigten Kapitalerhöhung insgesamt 1,5 Mio. ALNO Aktien gegen Umwandlung eines bestehenden Darlehens sowie gegen EUR 5,4 Mio. Barmittel gezeichnet. Die Kapitalerhöhung ist mit der Eintragung ins Handelsregister erfolgt und wird mit der Börsenzulassung der neuen Aktien abgeschlossen.

Derzeit werden mit weiteren potenziellen Investoren Gespräche über eine Beteiligung an der ALNO AG mit dem Ziel geführt, die Leistungssubstanz des Unternehmens gezielt weiterzuentwickeln.

### 4.0 WERTENTWICKLUNG

Das ultimative Oberziel von FUTURA ist die Wertsteigerung der ALNO AG. Von einem Tagerstiefkurs von EUR 1,50/Aktie im Sommer 2002 zu Beginn von FUTURA hat sich der Kurs der ALNO Aktie zum Jahresende 2004 kontinuierlich auf EUR 4,17 entwickelt. Im ersten Halbjahr 2005 konnte der Kurs im Frühjahr in der Spitze die 8-EUR-Marke bereits deutlich überschreiten und lag zum Ende des ersten Halbjahres auf einem Kursniveau von rund EUR 5,50. Gemessen an der jeweiligen Marktkapitalisierung bedeutet der Anstieg vom Tiefstpreisniveau zu Beginn von FUTURA auf den im ersten Halbjahr realisierten Spitzenwert einen Wertzuwachs von EUR >60 Mio. in rund drei Jahren.



## 5.0 AUSBLICK

Die strategische und operative Neuausrichtung seit 2002 (FUTURA) hat den ALNO Konzern 2004 erstmals seit langen Jahren wieder in die Profitabilität zurückkehren lassen. Auch im ersten Halbjahr 2005 haben die Programme der Neuausrichtung Nachhaltigkeit bewiesen.

Die frühzeitig bereits im letzten Geschäftsjahr eingeleiteten Maßnahmen zur Sicherung des Unternehmens gegenüber extern bedingten Kostenerhöhungen und einem absatzmarktbezogenen Margenverfall haben die Ergebnisentwicklung des ALNO Konzerns zusätzlich unterstützt und allen widrigen Umfeldbedingungen zum Trotz das im letzten Jahr erreichte Wirtschaftlichkeitsniveau halten beziehungsweise in vielen Bereichen sogar verbessern können.

- Bereinigt um die Belastungen der verkauften Firma WELLPAC kann der ALNO Konzern im ersten Halbjahr 2005 das im Vergleich zur Vergangenheit hohe Ergebnisniveau des Vorjahres halten.
- Die ALNO AG „alt“ inklusive der Tochtergesellschaften IMPULS und PINO, das Auslandsgeschäft sowie die Firma GEBA haben ihre Halbjahresergebnisse gegenüber der Vergleichsperiode des Vorjahres zum Teil signifikant steigern können.
- Negativ: WELLMANN und WELLPAC belasten aufgrund von Umsatzrückgängen und unwirtschaftlichen Kostenstrukturen den ALNO Konzern.

Angesichts der Widerstandsfähigkeit der Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2005 geht die ALNO AG verhalten zuversichtlich in die zweite Jahreshälfte. Trotzdem wird vor dem Hintergrund der anhaltend ungünstigen Rahmenbedingungen für die Küchenmöbelbranche und der noch zu leistenden Restrukturierungserfordernisse vor allem bei der Firma WELLMANN ein deutlich niedrigeres Ergebnisniveau zum Jahresende 2005 im Vergleich zum Vorjahr erwartet.

Unser mittelfristiges Ziel ist es, den ALNO Konzern von einem Restrukturierungs- in ein renditestarkes Wachstumsunternehmen zu wandeln. Die Ergebnishöhe und -qualität des Gesamtkonzerns und jeder seiner Tochtergesellschaften soll in den nächsten drei Jahren durchgängig Schritt für Schritt weiter erhöht werden. Die entsprechenden Ziel- und Maßnahmenkonzepte sind in dem Strategieprogramm FUTURA III hinterlegt, das die bisherigen Prinzipien von FUTURA I und II in Kontinuität weiterführend aufnimmt.

Im Juli 2005

Der Vorstand  
ALNO AG

ALNO AG  
88629 Pfullendorf  
Tel.: 0049 (0)7552/21-0  
Fax: 0049 (0)7552/21-3789  
[www.alno.de](http://www.alno.de)  
E-Mail: [mail@alno.de](mailto:mail@alno.de)

**ALNO AG**

Alno | Geba | Impuls | Pino | Wellmann