

# ALNO AG

Alno | Wellmann | Impuls | Pino

## Konzern-Zwischenmitteilung nach § 37x WpHG der ALNO AG für das dritte Quartal 2009

17. November 2009

### ALNO AG verzeichnet deutliche Verbesserung im operativen Geschäft

- **Steigerung der Auftragseingänge um 5,9% gegenüber dem Vorjahreszeitraum**
- **Trendwende bei Absatz und Umsatzerlösen**
- **Positives EBIT im dritten Quartal 2009 durch erfolgreiche Kostensenkungsmaßnahmen erreicht**

### Entwicklung der Ertragslage

Im Berichtszeitraum hat sich die bereits im zweiten Quartal des Geschäftsjahres 2009 abzeichnende Trendwende in den Auftragseingängen qualitativ wie quantitativ verfestigt. Insgesamt stiegen diese im dritten Quartal 2009 um 5,9% gegenüber der Vorjahresperiode. Dabei stabilisierten sich die Auftragseingänge im Ausland auf Vorjahresniveau, während im Inland ein deutlicher Zuwachs von 7,5% erzielt werden konnte.

Der sich belebende Auftragseingang spiegelt sich auch im Umsatz wider. Dieser erhöhte sich im dritten Quartal 2009 auf 121,6 Mio. EUR nach 117,8 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum. Dies entspricht einem Plus von 3,3%. Besonders erfreulich entwickelte sich dabei der Monat September, in dem der Konzern im Vorjahresvergleich ein Umsatzwachstum von 4,4% erwirtschaften konnte. Der kumulierte Umsatz lag nach den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2009 bei 361,6 Mio. EUR (Vorjahr: 382,5 Mio. EUR). Der Rückgang von rund 5,5% im Jahresvergleich ist dabei vor allem auf die zögerliche Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2009 zurückzuführen.

Durch weitere Optimierungen auf der Materialkostenseite konnte die Rohertragsmarge weiter verbessert werden. Diese beträgt nun nach den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 42,9%, nach 42,4% im Vorjahr. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) in diesem Zeitraum betrug 11,0 Mio. EUR. Davon konnte allein im dritten Quartal 2009 ein EBITDA von 4,2 Mio. EUR erwirtschaftet werden (Vorjahr: 2,2 Mio. EUR). In dem Ergebnis werden zunehmend auch die umgesetzten Kostensenkungsmaßnahmen im Vergleich zum Vorjahr sichtbar. Neben reduzierten Personalkosten umfasst dies auch erheblich niedrigere Kosten im Bereich der sonstigen betrieblichen Aufwendungen. Dies führte auch dazu, dass im dritten Quartal ein positives operatives Ergebnis (EBIT) von 0,2 Mio. EURO erwirtschaftet wurde.

## **Entwicklung der Finanz- und Vermögenslage**

Wie bereits im Mai 2009 berichtet, haben die Gesellschafter der ALNO AG ihren Finanzierungsbeitrag um 15,0 Mio. EUR erhöht und die Banken die „bis auf Weiteres“-Verlängerung der Kreditlinien bestätigt. Durch diese Finanzierungsmaßnahmen und die genannten operativen Einsparungen bewegt sich die Liquiditätssituation der ALNO AG weitestgehend auf Vorjahresniveau. Der Vorstand der ALNO AG geht davon aus, im Frühjahr 2010 weitere Finanzierungsmaßnahmen umsetzen zu können, um den geplanten Umbau des Konzerns sicherstellen zu können.

## **Marktumfeld**

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben sich zwar im dritten Quartal 2009 leicht aufgehellt, dennoch sind diese maßgeblich von der derzeitigen Wirtschaftskrise geprägt.

Trotz einer schwachen Eintrübung blieb das Konsumklima im Herbst 2009 leicht optimistisch.<sup>1</sup> Dies zeigt sich auch an den realen Konsumausgaben, die im ersten Halbjahr 2009 anstiegen und sich somit stabilisierend auf die konjunkturelle Lage in Deutschland auswirkten. Vor diesem Hintergrund hat die Bundesregierung im Oktober ihre Prognose für die reale Wirtschaftsentwicklung im Jahr 2009 von ursprünglich -6,0% auf -5,0% revidiert. Für das nächste Jahr wird derzeit mit ein Wachstum von 1,2% gerechnet. Aufgrund der deutlich stärkeren Rückgänge im Ausland ist jedoch das Exportgeschäft nach wie vor stark beeinträchtigt.

Insgesamt ist der Küchenmarkt erheblich von der konjunkturellen Situation abhängig. Hier gelten insbesondere neu bezogene beziehungsweise gebaute Wohnungen, insbesondere Eigenheime und Eigentumswohnungen als relevanter Indikator, da hierfür in der Regel auch neue Küchen angeschafft werden. Insgesamt befand sich die Bautätigkeit in Deutschland und insbesondere im Ausland auf sehr niedrigem Niveau im Vergleich zu den Vorjahren. Experten rechnen daher damit, dass sich die schwache Konjunktur auch noch im nächsten Geschäftsjahr auf die Küchenverkäufe auswirken wird. Ziel der ALNO AG ist es daher, in diesem Marktumfeld durch eine klare Positionierung der einzelnen Marken sowie attraktiven und wettbewerbsfähigen Preisen, Marktanteile zu gewinnen.

Pfullendorf, den 17. November 2009

ALNO Aktiengesellschaft

Der Vorstand

---

<sup>1</sup> GfK, 2009

**Kontakt:**

ALNO AG

Andrea Wolf

Leiterin Unternehmenskommunikation & Investor Relations

Telefon: +49 (0)7552 21-3316

Telefax: +49 (0)7552 21-773752

E-Mail: [andrea.wolf@alno.de](mailto:andrea.wolf@alno.de)