

Presseinformation

Dornbirn / Wien, 26. Juli 2005

01

Restrukturierung zeigt Erfolg

Lichtkonzern Zumtobel steigert Betriebsergebnis um 41,2 %

Bilanzergebnis Zumtobel AG 2004/05: gegen negativen Markttrend leichtes Wachstum in Europa – weitere Profilierung der Marken Zumtobel Staff, Thorn und TridonicAtco – konsequente Fortsetzung der Restrukturierung – gezielte Investitionen in Wachstumsinitiativen – zurückhaltende Einschätzung für 2005/06

Dornbirn / Wien, 26. Juli 2005: Der internationale Lichtkonzern Zumtobel AG mit Sitz in Dornbirn / Österreich konnte das Geschäftsjahr 2004/05 (per Ende April 2005) mit einem Jahresüberschuss von EUR 29,1 Mio abschließen. Damit wurde das Vorjahresergebnis (EUR 12,6 Mio) mehr als verdoppelt. Das Betriebsergebnis (EBIT) erreichte im Berichtsjahr EUR 83,6 Mio, was einer Steigerung von 41,2 % zum Vorjahr (EUR 59,2 Mio) entspricht.

„Diese erfreuliche Ergebnisentwicklung ist u.a. der Erfolg unseres konsequenten Restrukturierungskurses, der nach wichtigen Weichenstellungen der Vorjahre nun sichtbare Früchte trägt. Unsere Entscheidung von Anfang 2004, Produktion und Logistik unserer beiden Leuchtenmarken Zumtobel Staff und Thorn in eine gemeinsame Supply Chain zusammenzufassen, erweist sich als richtig. Durch die zunehmende Konzentration unserer Produktionskapazitäten haben wir einen wesentlichen Beitrag zu mehr Effizienz, internationaler Wettbewerbsfähigkeit und nachhaltiger Profitabilität für unsere Unternehmensgruppe geleistet“, erläutert Andreas J. Ludwig, Chief Executive Officer der Zumtobel Group, das Ergebnis für das Geschäftsjahr 2004/05.

Umsatzentwicklung: Wachstum in Europa, Rückgang in Australien

Mit Blick auf die Umsatzentwicklung war das vergangene Geschäftsjahr von einem weiterhin schwierigen Marktumfeld, vor allem in den deutschsprachigen Kernmärkten, geprägt. Dennoch konnte Zumtobel entgegen dem Markttrend und erstmalig seit dem Jahr 2000/01 die Umsätze in Westeuropa mit + 1 % leicht steigern. Während die Umsätze in Deutschland und Österreich nochmals etwas zurückgingen, trugen vor allem die Vertriebsgesellschaften in Großbritannien / Irland, Skandinavien und in der Schweiz zu dieser erfreulichen Entwicklung bei. Insgesamt konnte die Zumtobel Gruppe ihre Marktanteile halten, zum Teil leicht ausbauen und ihre Position als Marktführer in Europa weiter stärken. Grundsätzlich erfreulich entwickelte sich auch das Chinageschäft, das in lokaler Währung deutlich gewachsen ist. Durch die Euro-Aufwertung wurde dieses Wachstum weitestgehend egalisiert.

Enttäuschend stellte sich dagegen die Situation in Australien dar, wo der Umsatz im Leuchtengeschäft um EUR 4 Mio und der im Komponentengeschäft (Atco Australien) um EUR 20 Mio zurückging. Der Einbruch bei der australischen Tridonic-Tochter Atco beruht vor allem auf einer erheblichen Aufwertung des australischen Dollar zum US-Dollar, wodurch sich ein rasanter Technologiewechsel von eigenproduzierten magnetischen Transformatoren auf chinesische Billigimporte elektronischer Transformatoren vollzogen hat. Diese Sondersituation trug damit wesentlich dazu bei, dass die Umsatzentwicklung des Gesamtkonzerns im Berichtszeitraum mit EUR 1.129,2 Mio im Vergleich zum Vorjahr (EUR 1.142,2 Mio, - 1,1 %) leicht zurückging.

„Insgesamt sind wir mit dieser Umsatzentwicklung trotz der spürbar positiven Tendenzen in Westeuropa nicht ganz zufrieden. Wir wissen, dass wir das angestrebte Wachstum für den Zumtobel Konzern angesichts der nach wie vor schwierigen Marktlage nur durch pro-aktive Maßnahmen erreichen können. Deshalb haben wir im vergangenen Geschäftsjahr eine Vielzahl von Wachstumsinitiativen für alle drei Marken identifiziert, die wir nun mit höchster Priorität verfolgen“, bewertet Konzernchef Ludwig die Umsatzzahlen des Jahres 2004/05.

Verbesserte Finanzkennzahlen – Rückgang bei den Mitarbeiterzahlen

Aufgrund der positiven Ergebnisentwicklung konnten die Nettoverbindlichkeiten um EUR 50 Mio auf nunmehr EUR 397,1 Mio reduziert werden. Das Eigenkapital erhöhte sich auf EUR 173,6 Mio, die Eigenkapitalquote stieg im Vergleich zum Vorjahr (13,9 %) auf nun 17 %.

„Die deutliche Verbesserung unserer Finanzzahlen ist das Ergebnis unserer Restrukturierung und eines äußerst disziplinierten Kostenmanagements. Erfreuliche Konsequenz daraus ist eine weitere Reduzierung unserer Zinsmargen. Durch die geringere Verschuldung ging auch der Nettozinsaufwand um rund EUR 1 Mio zurück. Das ist für uns der richtige Weg, um in Zukunft wieder verstärkt in unser Geschäft und unsere Wachstumsinitiativen investieren zu können“, so Thomas Spitzenpfeil, Chief Financial Officer der Zumtobel Group.

Bereits im Berichtsjahr konnte Zumtobel die Aufwendungen für Zukunftsinvestitionen mit einem Gesamtvolumen von EUR 63,6 Mio leicht steigern. Dagegen gingen die Mitarbeiterzahlen von 7.643 auf 7.000 Vollzeitstellen zum Bilanzstichtag zurück. Dies resultiert im Wesentlichen aus den Werksschließungen in Dänemark und Australien und dem Verkauf des Werks in Belleville, Frankreich.

Drei starke Marken als Basis für zukünftigen Erfolg

Der Erfolg der Zumtobel Gruppe im Markt beruht maßgeblich auf den drei starken, international positionierten Marken des Konzerns, Zumtobel Staff und Thorn im Leuchtengeschäft und TridonicAtco im Bereich Leuchtenkomponenten. Das vergangene Geschäftsjahr stand markenstrategisch im Zeichen einer weiteren Profilierung aller drei Marken.

Für die Marke **Zumtobel Staff** lagen dabei die Schwerpunkte auf der weiteren Internationalisierung der Marke sowie dem Ausbau des Portfolios in den Bereichen Shop & Retail, professionelle Bürobeleuchtung und Lichtsteuerung. Zu den wichtigsten Projekten 2004/05 zählen u.a. Lichtlösungen für das neue BMW-Werk in Leipzig (Architekt: Zaha Hadid), den neuen A1 Concept Store in Wien (EOOS), die Langen-Foundation in Hombroich (Tadao Ando), ein europaweiter Großauftrag für die Deutsche Telekom sowie die Galleria Ferrari in Maranello, die Star-designer Massimo Iosa Ghini mit seinen für Zumtobel Staff entwickelten Strahlern „Solar“ inszenierte.

Thorn konnte 2004/05 die Repositionierung der Marke im Mid- bis High-Tier-Segment erfolgreich fortsetzen und damit an historische Wurzeln anknüpfen. Leitfaden für einen erfolgreichen Markenauftritt ist künftig die neu entwickelte „Thorn Design Philosophy“. Im Berichtszeitraum konnte Thorn seinen Umsatzanteil mit Neuprodukten um 14 % weiter steigern. Einen wichtigen Beitrag dazu leisteten die erfolgreichen Markteinführungen von „Rivers“ (Wand- und Deckenleuchten), „Concavia“ (Hallenreflektorleuchte) und „Jet“ (Straßenbeleuchtung). Zu den Highlights des vergangenen Jahres zählen Großprojekte wie das Terminal 5 in Heathrow und das neue Wembley-Stadion, Lichtkonzepte für die Sazka-Arena in Prag, das Peugeot Design Center in Paris oder den Nam Wan-Tunnel in Hongkong sowie die Eröffnung des Thorn Lighting Application Studio im Zentrum Londons im Frühjahr 2005.

Der Komponentenhersteller **TridonicAtco** fokussierte seine Aktivitäten im vergangenen Jahr auf die weitere Stärkung eines einheitlichen, internationalen Markenauftritts. Maßgeblich dazu beigetragen haben die Umfirmierungen von Knobel (Schweiz) und Electro-Terminal (Österreich)

in TridonicAtco Schweiz und TridonicAtco connection technology. Schwerpunkte in der Produktentwicklung bildeten die neue Dimming-Plattform „Helios“, das Sicherheits-Zündgerät „ZRM powerPULSE“ sowie die elektronische Vorschaltgeräteserie „PCI BO11“. Ein besonderer Innovationsmotor im Komponentengeschäft ist die am Standort Jennersdorf (Österreich) konzentrierte LED-Entwicklung. Mit der neuen High-Power-LED „EOS“ konnte TridonicAtco ein technologisch wegweisendes Produkt in den Markt einführen. Zu den größten Projekten in 2004/05 zählte beispielsweise die Lichttechnik für den Rondo1-Komplex in Warschau. Mit innovativen Renommé-Projekten wie dem Münchner Haus der Gegenwart oder dem „Garden of Light“ bei der Hampton Court Flower Show konnte TridonicAtco seine Innovationsführerschaft zudem unter Beweis stellen.

Fortsetzung der Restrukturierung

Auch im laufenden Geschäftsjahr wird die Zumtobel Gruppe ihren Restrukturierungskurs konsequent fortsetzen. Hauptzielsetzungen dabei sind eine optimierte Auslastung der bestehenden, vorwiegend west-europäischen Produktionsstandorte, die Verringerung der Fertigungstiefe durch zunehmenden Zukauf von einfachen Komponenten sowie der Aufbau von Fertigungskapazitäten in Niedriglohnländern.

So ist geplant, im Laufe des Jahres 2006 die Fertigung des Tochterunternehmens Reiss International am Standort Tettngang (Deutschland) zu schließen. Die Herstellung von Feuchtraumleuchten und -komponenten soll an andere konzerneigene Standorte und Zulieferer vergeben werden, während die Vertriebsorganisation der OEM-Marke Reiss International bestehen bleibt. Die Zumtobel Gruppe wird außerdem die Leuchtenproduktion in Asien und Osteuropa weiter ausbauen. So wird am Standort Guangzhou (Südchina) im Spätherbst ein neues Werk in Betrieb genommen, das das überlastete bestehende Werk ablösen wird. Voraussichtlich bis Mitte 2006 wird zudem in Rumänien ein neues Werk entstehen. Beide Werke werden sowohl die stark wachsenden Märkte in Asien bzw. Osteuropa bedienen als auch ausgewählte Komponenten für Westeuropa herstellen.

Auch der Komponentenhersteller TridonicAtco wird sein Engagement in Asien verstärken: Ab Anfang August wird das Tochterunternehmen „Jet Stream“ in einem neuen Werk in Shenzhen (Südchina) elektronische Betriebsgeräte produzieren. Neben speziell für dieses Werk entwickelten Produkten wird auch ein Teil der gegenwärtig in Dornbirn produzierten Zündgeräte künftig in China hergestellt. Von dieser Maßnahme betroffen sind nur wenige Mitarbeiter, die im expandierenden Business des Werks Dornbirn neue Aufgaben wahrnehmen werden.

Investitionen in Wachstum: neue Märkte, neue Anwendungen, neue Technologien

Ein weiterer Schwerpunkt im laufenden Geschäftsjahr liegt auf verschiedensten Wachstumsinitiativen in neue Märkte, neue Anwendungsbereiche und neue Technologien: *„Es ist unser Ziel, als Global Player der Lichtindustrie international zu wachsen und damit unsere Marktposition auszubauen. Dabei wird uns der Markt vor allem in Westeuropa aufgrund des schwierigen konjunkturellen Umfelds nicht unterstützen. Wir werden deshalb aktiv in gezielte Initiativen investieren“, erläutert Andreas Ludwig seine Wachstumsstrategie.*

In geographischer Hinsicht hat Zumtobel die Märkte in China / Südostasien sowie Osteuropa als Wachstumsmärkte definiert. Die Marke Zumtobel Staff hat zudem Initiativen für Wachstum in Nordamerika entwickelt. Ein erster Schritt hierbei war im April 2005 die Eröffnung eines ersten Zumtobel Staff-Lichtforums im Zentrum New Yorks.

Mit Blick auf neue Produktanwendungen setzt Zumtobel Staff Schwerpunkte in den Segmenten Hotel & Wellness, Lichtsteuerung und dem Ausbau des Angebots für Elektriker und Elektroplaner. Die Marke Thorn wird im laufenden Geschäftsjahr ihre Kompetenz für Outdoor-Beleuchtungssysteme stärken und für diesen Bereich neue Märkte erschließen.

Hinsichtlich neuer innovativer Technologien werden die Produktportfolios aller Marken zukunftsweisend weiter entwickelt. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf dem Thema LED. Hier kommt dem im März 2005 gegründeten Joint-Venture Lexedis Lighting in Jennersdorf (Österreich) besondere Bedeutung zu.

04

Restrukturierung der Zumtobel Lighting Division

Mit Wirkung zum 1. Juli 2005 hat Zumtobel die Organisation des Leuchtengeschäfts weiter optimiert. Um zukünftig das Produktportfolio und den Markenauftritt der beiden Leuchtenmarken Zumtobel Staff und Thorn noch differenzierter weiter zu entwickeln, wurde die Marketing- und Vertriebsorganisation unter die Führung nur noch einer Management-Funktion gestellt. **Peter Matt**, bislang CEO von Zumtobel Staff, hat als **Executive Vice President Marketing & Sales** der Zumtobel Lighting Division diese Aufgabe übernommen. Im Rahmen der Reorganisation konnten zudem wesentliche Geschäftsprozesse optimiert und die Entscheidungswege effizienter gestaltet werden. Das Anfang Mai gestartete Optimierungsprogramm „Salomon“ wird im Laufe des Jahres in den Bereichen Administration, Vertrieb und Logistik zu einer weiteren Effizienzsteigerung und Kostenoptimierung beitragen.

Ausblick Geschäftsjahr 2005/06

Angesichts des weiterhin schwierigen konjunkturellen Umfelds vor allem in Zentraleuropa erwartet der Konzernvorstand für das laufende Geschäftsjahr nur ein moderates Umsatzwachstum. Diese Einschätzung entspricht der Geschäftsentwicklung in den Monaten Mai und Juni, in deren Verlauf es gelang, den leichten Wachstumskurs in Europa fortzuschreiben. Mit Blick auf die verschiedenen Wachstumsinitiativen geht Konzernchef Ludwig davon aus, dass die Investitionen mittelfristig zu signifikantem Wachstum führen werden. Dank des konsequenten Restrukturierungskurses wird sich die Ergebnisverbesserung der Zumtobel Gruppe weiter fortsetzen – allerdings angesichts der erheblichen Investitionen mit geringerer Dynamik im Vergleich zum vorausgegangenem Geschäftsjahr.

Die Zumtobel Gruppe auf einen Blick

Geschäftsjahr	2004/05	2003/04
Jahresergebnis	29,1*	12,6
Betriebsergebnis	83,6	59,2
Umsatz	1.129,2	1.142,2
Eigenkapitalquote	17,0 %	13,9 %
Nettoverbindlichkeiten	397,1	447,1
Mitarbeiter	7.000**	7.643

* alle Angaben in Mio EUR

** FTE zum Bilanzstichtag

Pressekontakt:

Astrid Kühn
Corporate Communications
T +43 (0) 5572 509 - 1570
M +43 (0) 664 8250151
astrid.kuehn@zumtobel.com
www.zumtobel.com