
Emmen, Schweiz, 26. Juli 2018

Medienmitteilung

ALSO: Umsatz gestiegen. Währungseffekte und Aufwand für Optimierungen beeinflussen Halbjahresergebnis.

Der ALSO-Konzern erzielte im ersten Halbjahr 2018 einen Konzerngewinn von 27.0 Millionen Euro (Vorjahr: 36.9 Millionen Euro) und einen Gewinn vor Steuern (EBT) von 40.5 Millionen Euro (Vorjahr: 51.4 Millionen Euro). Dieses Ergebnis wurde beeinflusst durch Währungseffekte in Höhe von -3.7 Millionen Euro, im Vergleichszeitraum lagen sie bei +3.2 Millionen Euro (Halbjahr 2017). Zusätzlich entstand ein ausserordentlicher Aufwand für Strukturoptimierungen in Höhe von 5.3 Millionen Euro. Bereinigt um diese Effekte betrug das EBT 49.5 Millionen Euro (Vorjahr: 48.2 Millionen Euro). Der Umsatz entwickelte sich bei stabilen Marktanteilen von 4 130 auf 4 181 Millionen Euro (+1.2 Prozent).

«Wir haben in den letzten Jahren durch eine Vielzahl von Massnahmen die Basis für die Optimierung unserer Struktur geschaffen. Unsere Investitionen in ein einheitliches ERP-System (SAP), in Customer Relationship Management Software und in eine Business Intelligence Plattform ermöglichen es dem Transformation Team, Effizienzmassnahmen schneller als erwartet umzusetzen. Wir schätzen, dass mit einem einmaligen Einsatz von 12-15 Millionen Euro Einsparungen im Volljahreseffekt von 25-30 Millionen Euro ab dem zweiten Halbjahr 2019 erzielt werden. Wir erwarten in den nächsten sechs Monaten bereits erste positive Effekte», erklärt Gustavo Möller-Hergt, CEO der ALSO Holding AG (SIX: ALSN). «Wir sind einen grossen Schritt vorangekommen in unserer digitalen Transformation und werden unter gleichzeitiger Schärfung des Kundenfokus weiterhin mit Nachdruck unsere Effizienz und Effektivität verbessern sowie zusätzliche Potenziale ausschöpfen», so Möller-Hergt weiter.

Strukturoptimierungen

Nach der erfolgreichen Harmonisierung der IT Systeme werden Administrationsfunktionen wie zum Beispiel Produktmanagement und Auftragserfassung optimiert und auf den Kundenbedarf zugeschnitten. Gleichzeitig werden nationale Vertriebsorganisationen gestärkt und Kompetenzen für neue Produktkategorien wie zum Beispiel 3D Printing, Security und Internet of Things (IoT) sowie das Consumptional Business in Kompetenzzentren erweitert. Mit diesen Massnahmen verschlankt das Unternehmen seine Prozesse, stärkt seinen Kundenfokus und senkt gleichzeitig die Kosten.

Marktsegment Zentraleuropa

Im Marktsegment Zentraleuropa (Deutschland, Frankreich, Österreich und die Schweiz) sanken die Umsätze um -2.2 Prozent auf 2 494 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Das Unternehmen hat bewusst auf Aufträge verzichtet, deren Profitabilität fraglich war, vor allem in Deutschland. Die EBT-Marge lag bei 1.3 Prozent (Vorjahr: 1.3 Prozent). Hierin sind Restrukturierungskosten enthalten. Die Verbesserung des Umsatzes und des Gewinns in der Schweiz konnte die Effekte der Restrukturierung zum Teil kompensieren.

Marktsegment Nord-/Osteuropa

Die Umsätze im Marktsegment Nord-/Osteuropa mit Belgien, Dänemark, Estland, Finnland, Lettland, Litauen, Niederlande, Norwegen, Polen, Schweden und Slowenien stiegen um 4.0 Prozent auf 1 866 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Die EBT-Marge sank auf 0.4 Prozent im Vergleich zu 1.0 Prozent im Vorjahr. Neben den Restrukturierungseffekten wirkten sich in diesem Segment insbesondere die Währungseffekte negativ aus.

Solutions und as-a-Service wachsen weiter

Die direkte Übernahme des Geschäftes eines grösseren Kunden durch einen Hersteller bremste das Umsatzwachstum im Bereich Solutions im ersten Halbjahr 2018. Kompensiert wurde dies primär durch die Erweiterung des Kundenportfolios. Der Bereich as-a-Service ist mit ca. 10 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gewachsen. Am stärksten wuchs hier der Bereich IT-as-a-Service („Consumptional Business“) mit rund 40 Prozent.

Ausblick

Für das Gesamtjahr 2018 rechnet das Unternehmen weiterhin mit einer höheren Umsatzsteigerung als das von Gartner prognostizierte Marktwachstum. Auf bereinigter Basis soll der Konzerngewinn erneut stärker wachsen als der Umsatz. ALSO bestätigt seine Mittelfristziele: Das Unternehmen strebt ein Umsatzwachstum auf zehn bis vierzehn Milliarden Euro sowie eine EBITDA-Marge von 2.1 bis 2.6 Prozent an. Der Anteil von Solutions soll dabei rund 30 Prozent betragen und im Bereich as-a-Service werden rund 10 Prozent angestrebt. Die genauen Verhältnisse werden auch von der Gewichtung allfälliger Akquisitionen abhängen.

Direkter Link zur Medienmitteilung: <https://also.com/goto/20180726de>

Direkter Link zum Zwischenbericht 2018: <https://also.com/goto/20180726dezb>

Kontaktperson:

Brunswick Group GmbH

Simon Hertwig

Telefon +49 89 80 99 025 25

E-Mail: shertwig@brunswickgroup.com

ALSO Holding AG (Emmen/Schweiz) (ALSN.SW) bringt Anbieter und Abnehmer der ITK-Industrie zusammen. Aus einer Hand bietet das Unternehmen Leistungen auf allen Stufen der ITK-Wertschöpfung an. Im europäischen B2B-Marktplatz bündelt ALSO Logistics Services, Financial Services, Supply Services, Solution Services, Digital Services und IT Services zu individuellen Leistungspaketen. In seinem Portfolio hat ALSO mehr als 250 000 Artikel von rund 525 Anbietern. Der Konzern beschäftigt europaweit 4 058 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2017 (bis 31. Dezember) erzielte das Unternehmen einen Umsatz von 8.9 Milliarden Euro. Hauptaktionär der ALSO Holding AG ist die Droege Gruppe, Düsseldorf, Deutschland. Weitere Informationen unter: <https://www.also.com>

Die Droege Group

Die Droege Group (1988 gegründet) ist ein unabhängiges Beratungs- und Investmenthaus, vollständig im Familienbesitz. Das Unternehmen agiert als Spezialist für massgeschneiderte Transformationsprogramme mit dem Ziel der Steigerung des Unternehmenswertes. Die Droege Group verbindet ihre Familienunternehmen-Struktur und die Kapitalstärke zu einem Family-Equity-Geschäftsmodell. Die Gruppe tätigt Direct Investments mit Eigenkapital in Konzerntöchter und mittelständische Unternehmen in „Special Situations“. Mit der Leitidee „Umsetzung – nach allen Regeln der Kunst“ gehört die Gruppe zu den Pionieren der umsetzungsorientierten Unternehmensentwicklung. Die unternehmerischen Plattformen der Droege Group sind an den aktuellen Megatrends (Wissen, Konnektivität, Prävention, Demografie, Spezialisierung, Future Work, Shopping 4.0) ausgerichtet. Begeisterung für Qualität, Innovation und Tempo bestimmt die Unternehmensentwicklung. Die Droege Group hat sich damit national und international erfolgreich im Markt positioniert und ist mit ihren unternehmerischen Plattformen in 30 Ländern operativ aktiv. Mehr unter: <https://www.droege-group.com>

Disclaimer

Diese Medienmitteilung enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf derzeitigen Annahmen und Prognosen der Unternehmensleitung von ALSO beruhen. Bekannte und unbekannte Risiken, Ungewissheiten und andere Faktoren können dazu führen, dass die tatsächliche Entwicklung, insbesondere die Ergebnisse, die Finanzlage und die Geschäfte unseres Konzerns wesentlich von den hier gemachten zukunftsgerichteten Aussagen abweichen. Der Konzern übernimmt keine Verpflichtung, diese zukunftsgerichteten Aussagen zu aktualisieren oder sie an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.