

Bilanzmedienkonferenz 2017

Herzlich Willkommen

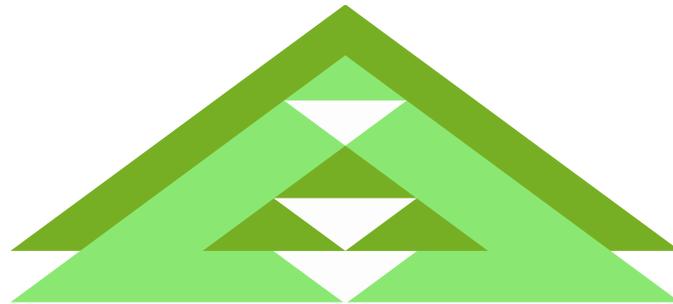
Gustavo Möller-Hergt, CEO
Ralf Retzko, CFO



SPREADING
KNOWLEDGE

Disclaimer

Diese Präsentation enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen oder Meinungen, 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.



Agenda

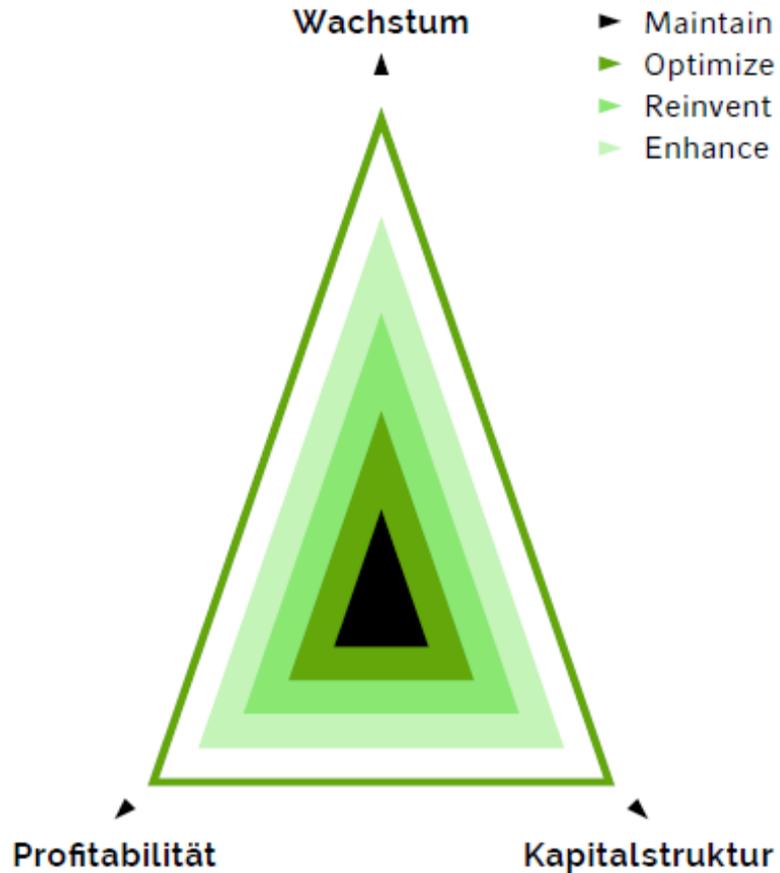
- 1** ▶ Highlights
- 2** ▶ Geschäftsjahr 2016
- 3** ▶ Finanzkennzahlen
- 4** ▶ Ausblick 2017
- 5** ▶ Fragen und Antworten
- 6** ▶ Noch was



1

Highlights

MORE-Strategieprogramm



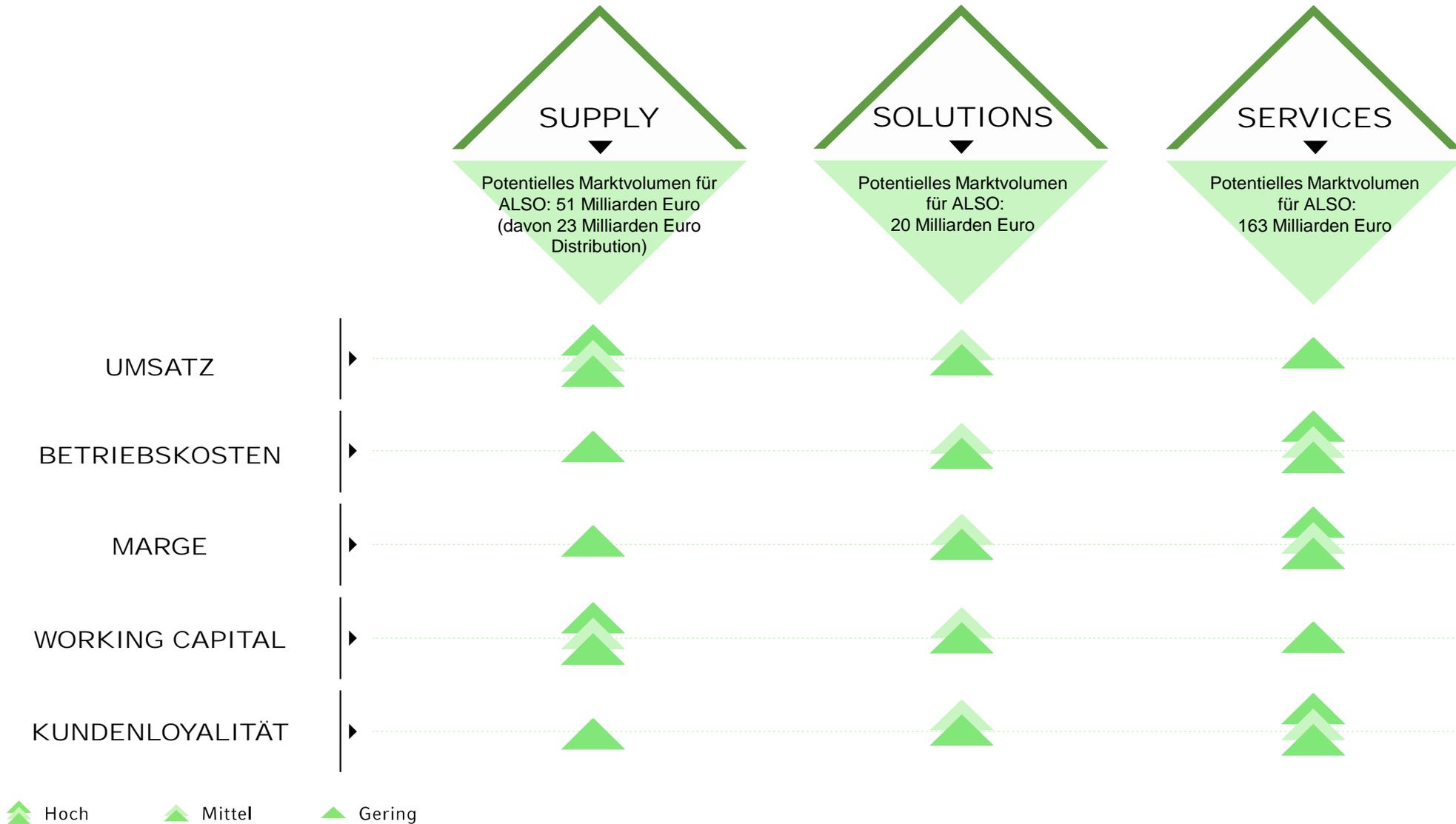
M wie **MAINTAIN** steht für die Sicherung des transaktionalen Geschäftsmodells, auf dessen Basis das Service- und Lösungsgeschäft weiter ausgebaut werden soll, um die anvisierten Wachstums- und Ertragsziele zu erreichen.

O wie **OPTIMIZE** steht für die kontinuierliche Optimierung der Prozesse in den Regionen. Wesentliche Hebel bilden die Programme zur Gewinnverbesserung (PIP) und zur Prozessoptimierung (POP).

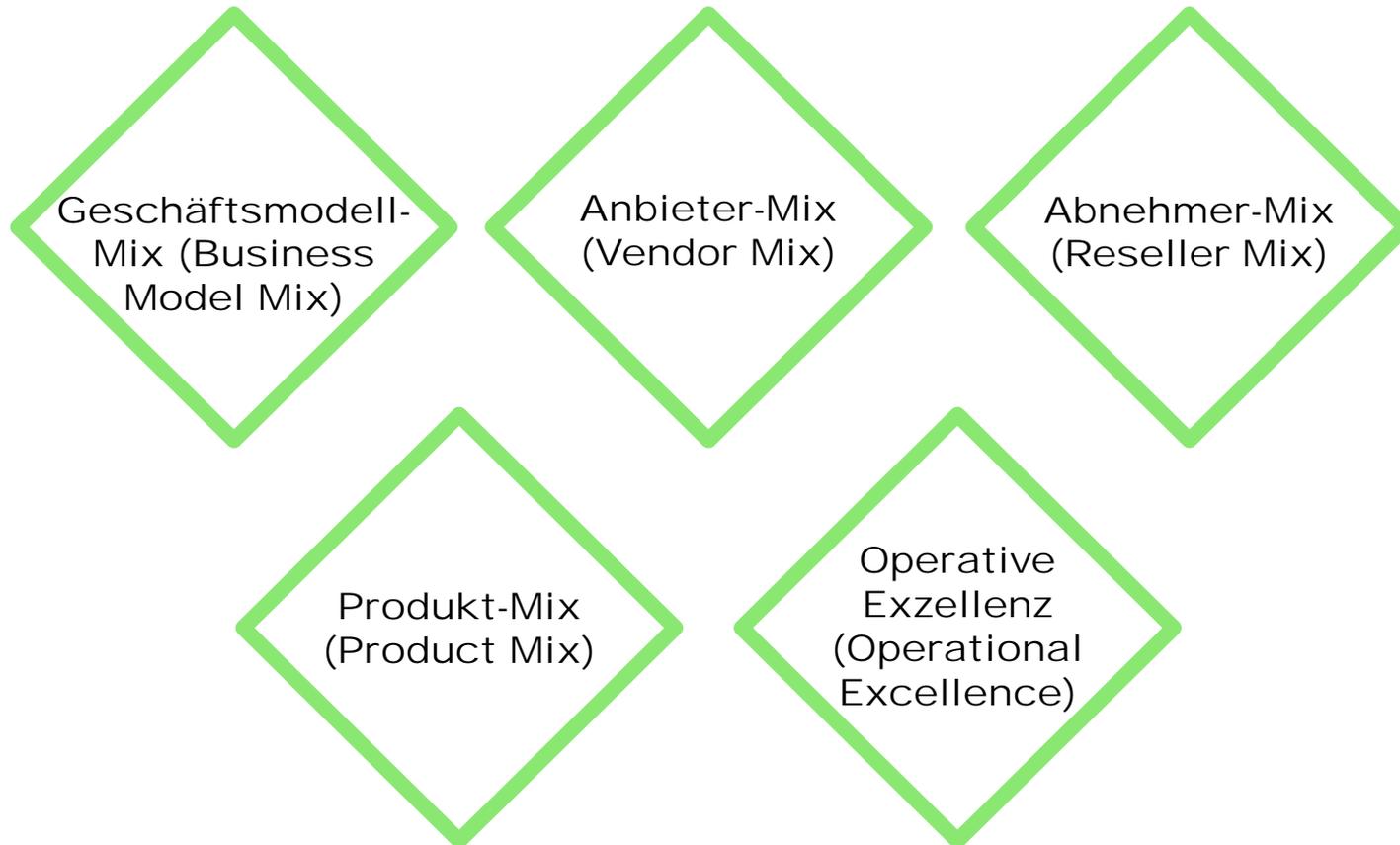
R steht für **REINVENT**. ALSO will weiterhin mit dem transaktionalen Geschäftsmodell Wachstum erzielen und gleichzeitig mit den beiden Geschäftsmodellen Solutions und Services zusätzliches Wachstum generieren.

E schliesslich steht für **ENHANCE**. Dabei geht es vor allem darum, die Marktstellung durch Akquisitionen im Sinne der Zielsetzung von Reinvent auszubauen.

ALSO Geschäftsmodelle – 3S



Fünf Stellhebel zur Ertragsoptimierung



- ▶ *Geschäftsmodell-Mix (Business Model Mix)*
Konsequenter Ausbau und Weiterentwicklung der Geschäftsmodelle.
- ▶ *Anbieter-Mix (Vendor Mix)*
Sicherung eines attraktiven Lieferanten-Portfolios durch kurze Reaktionszeiten auf Veränderung der Rahmenbedingungen im ALSO Marktplatz.
- ▶ *Abnehmer-Mix (Reseller Mix)*
Fokussierung auf wachstumsstarke Abnehmergruppen durch passgenaue Services und Anbindung an das CRM.
- ▶ *Produkt-Mix (Product Mix)*
Schnelle Bereitstellung von innovativen Produkten und Leistungen mit hohem Wachstumspotenzial.
- ▶ *Operative Exzellenz (Operational Excellence)*
Kontinuierliche Optimierung der Strukturen und Prozesse zur Senkung des operativen Aufwands.



2

**Geschäfts-
jahr 2016**

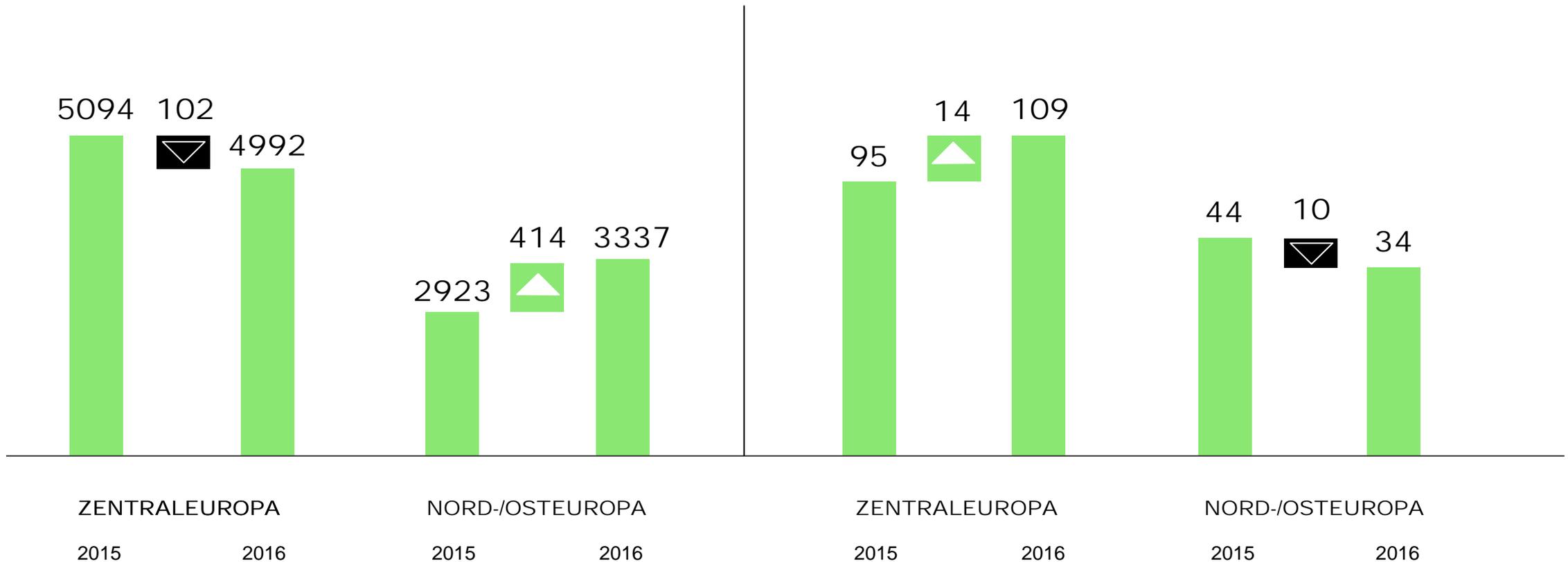
ALSOs Umsatz und Gewinnentwicklung 2016

	2016 (in Millionen Euro)	2015 (in Millionen Euro)	Veränderung (in %)	Anteil vom Umsatz 2016 (in %)
Umsatz	7 984.1	7 792.1	2.5	
davon Supply	6 231.6	6 018.1	3.5	78.0
davon Solutions	1 532.2	1 562.3	-1.9	19.2
davon Services	220.3	211.7	4.1	2.8
Bruttogewinn	506.0	507.5	-0.3	6.3
EBITDA	146.0	140.0	4.3	1.8
EBIT	128.5	109.9	16.9	1.6
Gewinn vor Steuern (EBT)	113.9	90.8	25.4	1.4
Konzerngewinn	83.2	62.9	32.3	1.0

Umsatz nach Regionen sowie EBITDA nach Regionen in Millionen Euro

UMSATZ

EBITDA





3

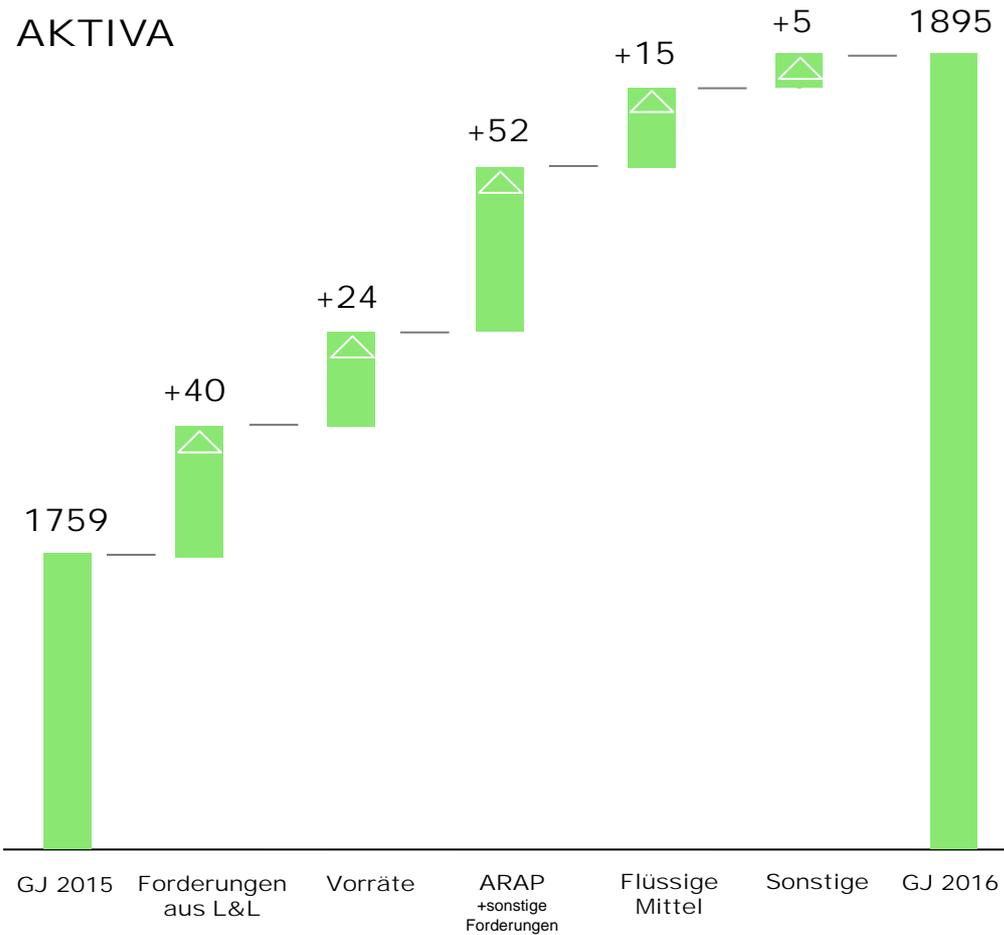
**Finanz-
kennzahlen**

Konzernbilanz

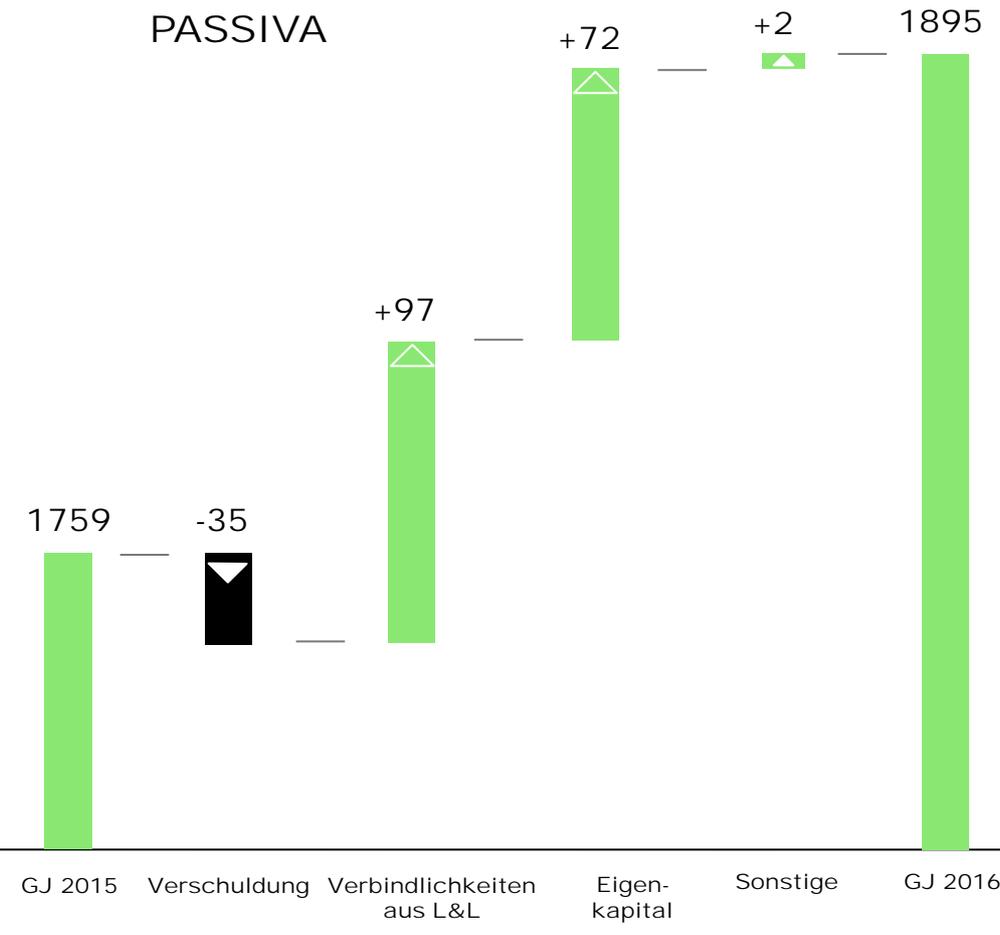
	31.12.2016 (in Millionen Euro)	Anteil (in %)	31.12.2015 (in Millionen Euro)	Anteil (in %)
Umlaufvermögen	1 635.2	86.3	1 504.8	85.5
Anlagevermögen	259.9	13.7	255.0	14.5
Total Aktiven	1 895.1	100.0	1 759.8	100.0
Kurzfristiges Fremdkapital	1 100.4	58.1	1 031.2	58.6
Langfristiges Fremdkapital	229.5	12.1	235.8	13.4
Eigenkapital	565.2	29.8	492.8	28.0
Total Passiven	1 895.1	100.0	1 759.8	100.0

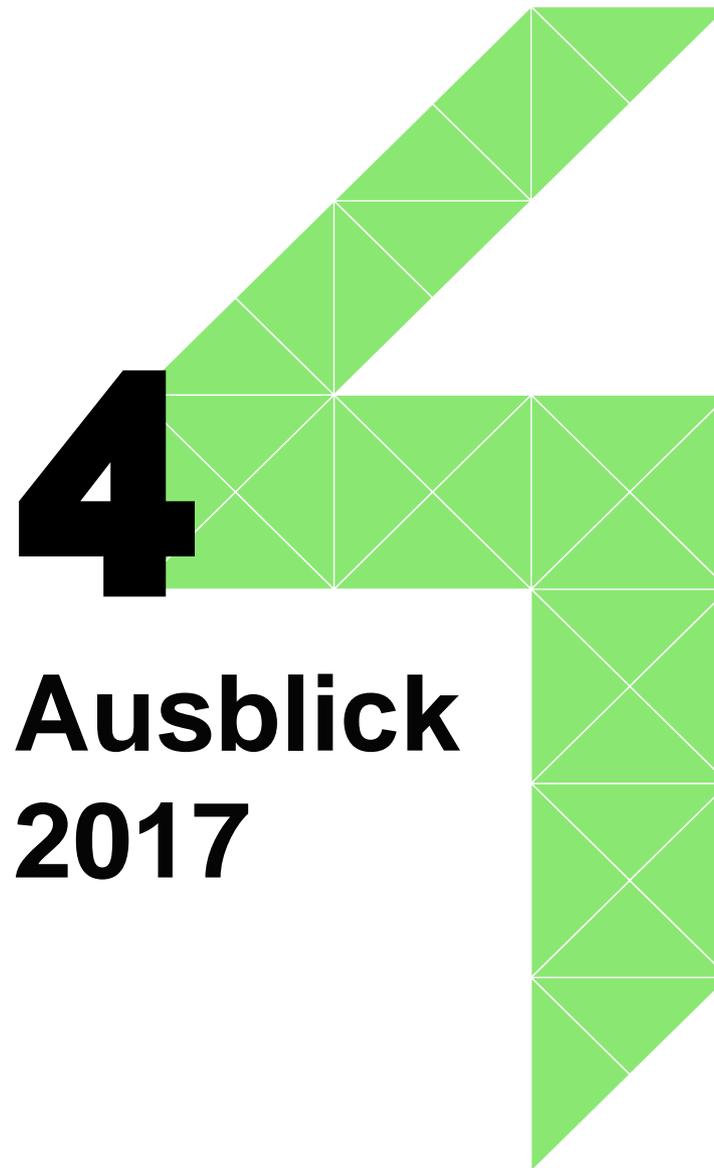
Wesentliche Veränderungen in der Konzernbilanz 2015/2016

AKTIVA



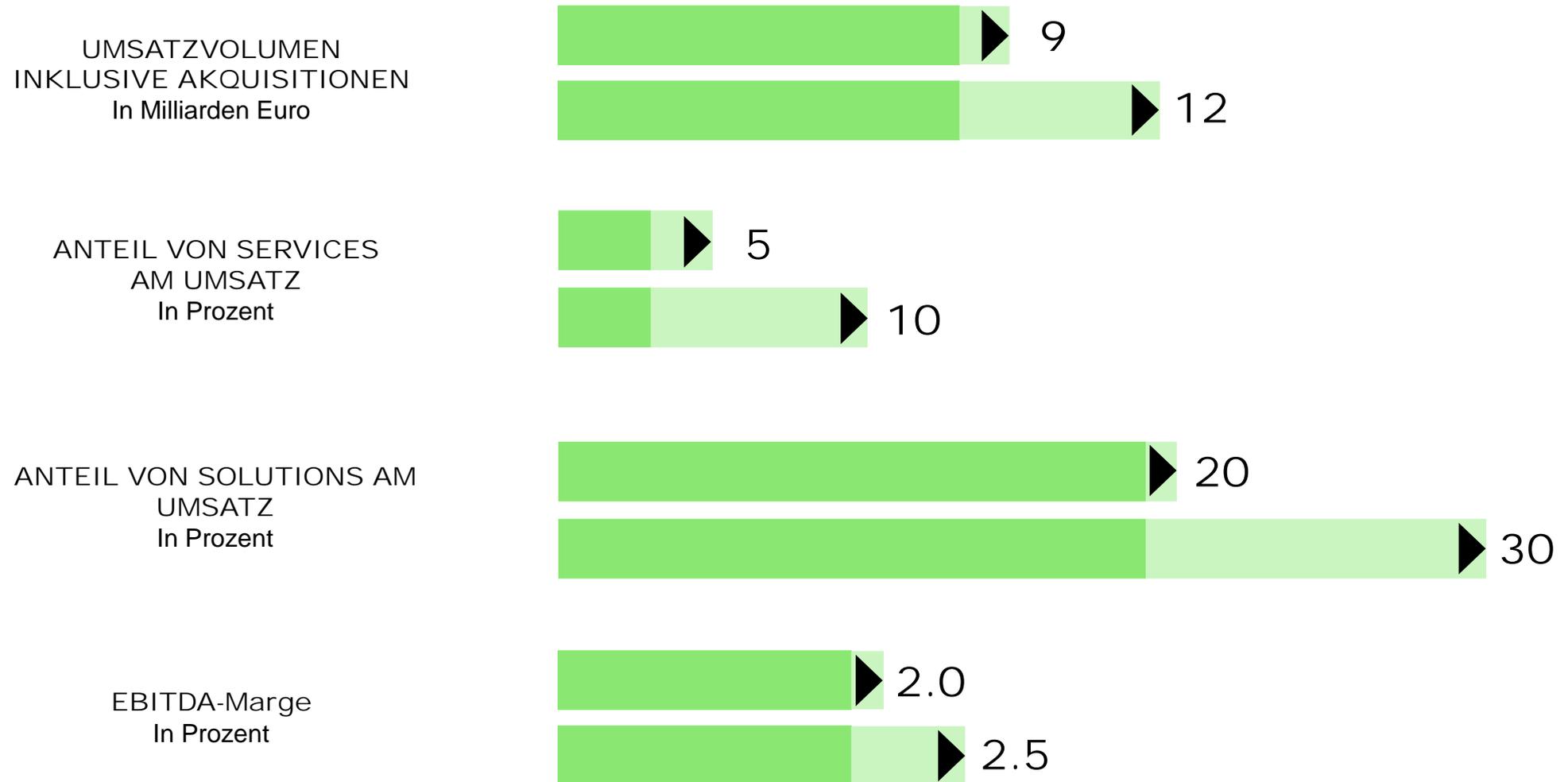
PASSIVA





Ausblick 2017

Mittelfristiger Ausblick ALSO



FINANZ / KALENDER



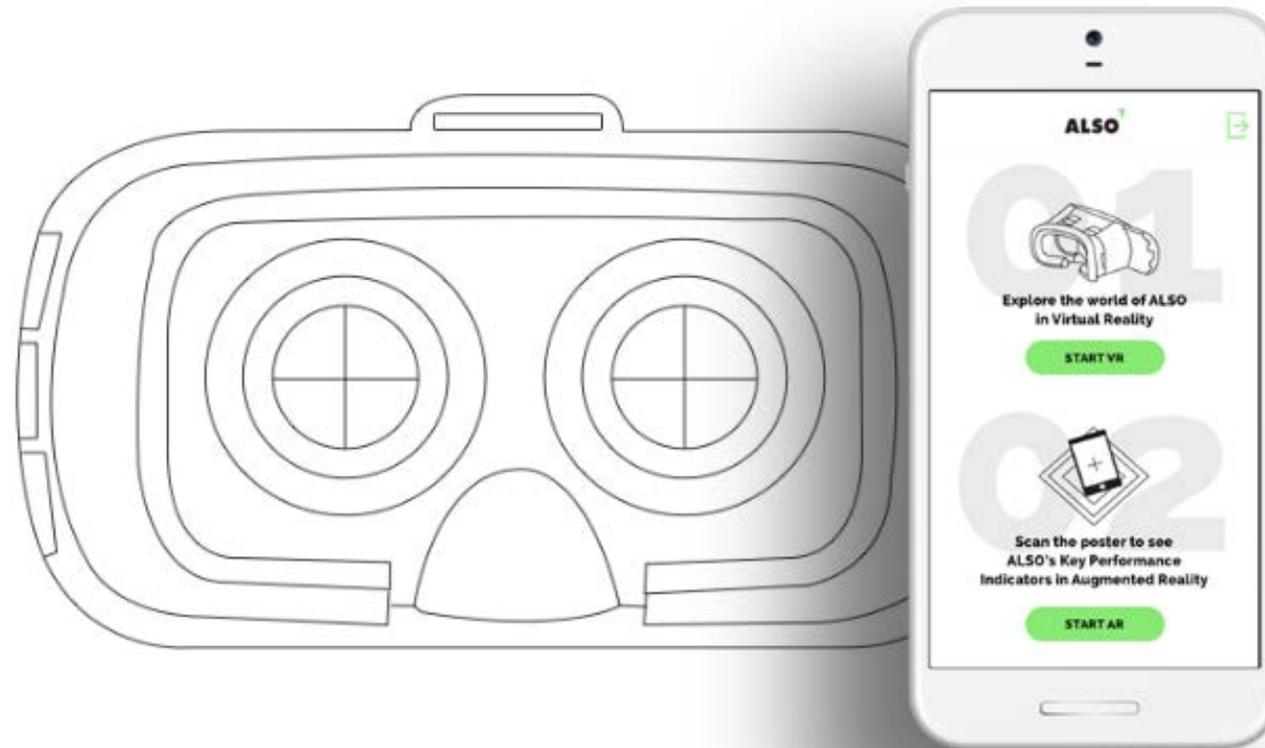


5
Fragen und
Antworten



Vom Boxshifter zum Lösungs-Aggregator

Weltpremiere: ALSO's erster virtueller Geschäftsbericht



Weltpremiere: ALSO Zahlen in Augmented Reality

