

# Hauptversammlung ALNO AG

Pfullendorf, 2. Juni 2016

# Herzlich Willkommen



# Die Tagesordnung im Überblick

- Tagesordnungspunkt 1: Vorlage des festgestellten Jahresabschlusses und des gebilligten Konzernabschlusses 2015
- Tagesordnungspunkt 2: Beschlussfassung über die Entlastung der Mitglieder des Vorstandes für das Geschäftsjahr 2015
- Tagesordnungspunkt 3: Beschlussfassung über die Entlastung der Mitglieder des Aufsichtsrates für das Geschäftsjahr 2015
- Tagesordnungspunkt 4: Wahl des Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2016

Beschlussfassung über die Aufhebung der Ermächtigung zur Ausgabe von Aktienoptionen vom 28. Mai 2014 (Aktienoptionsprogramm 2014) sowie über die Aufhebung des Bedingten Kapitals 2014

Beschlussfassung über die teilweise Aufhebung der bestehenden und die Schaffung einer neuen Ermächtigung zur Ausgabe von Options- und/oder Wandelschuldverschreibungen, Genussrechten und/oder Gewinnschuldverschreibungen mit der Möglichkeit zum Ausschluss des Bezugsrechts sowie über die Änderung des bestehenden Bedingten Kapitals 2013 und die entsprechende Satzungsänderung

# Wie war 2015 für die ALNO AG?

- **1mf** ist der führende Möbelhersteller Russlands
- Forcierung des internationalen Wachstums in einem der interessantesten und größten Küchenmärkte Europas
- Selbst in diesem Jahr rechnet die Möbelindustrie in Russland mit mehr als 15% Wachstum
- Win-Win-Situation: wir liefern Know-how und partizipieren an einem effizienten Vertrieb

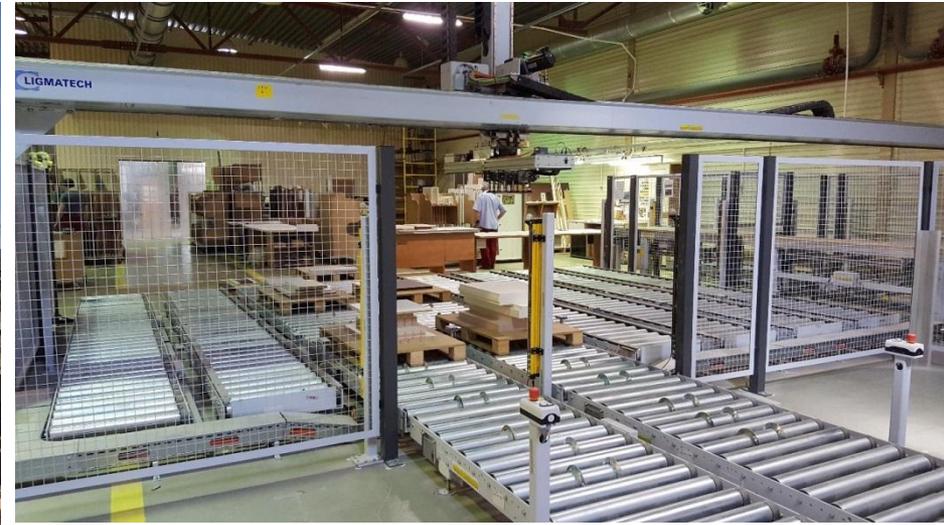
# KOOPERATION MIT PERVAYA MEBEL'NAYA (1MF)

**ALNO AG**

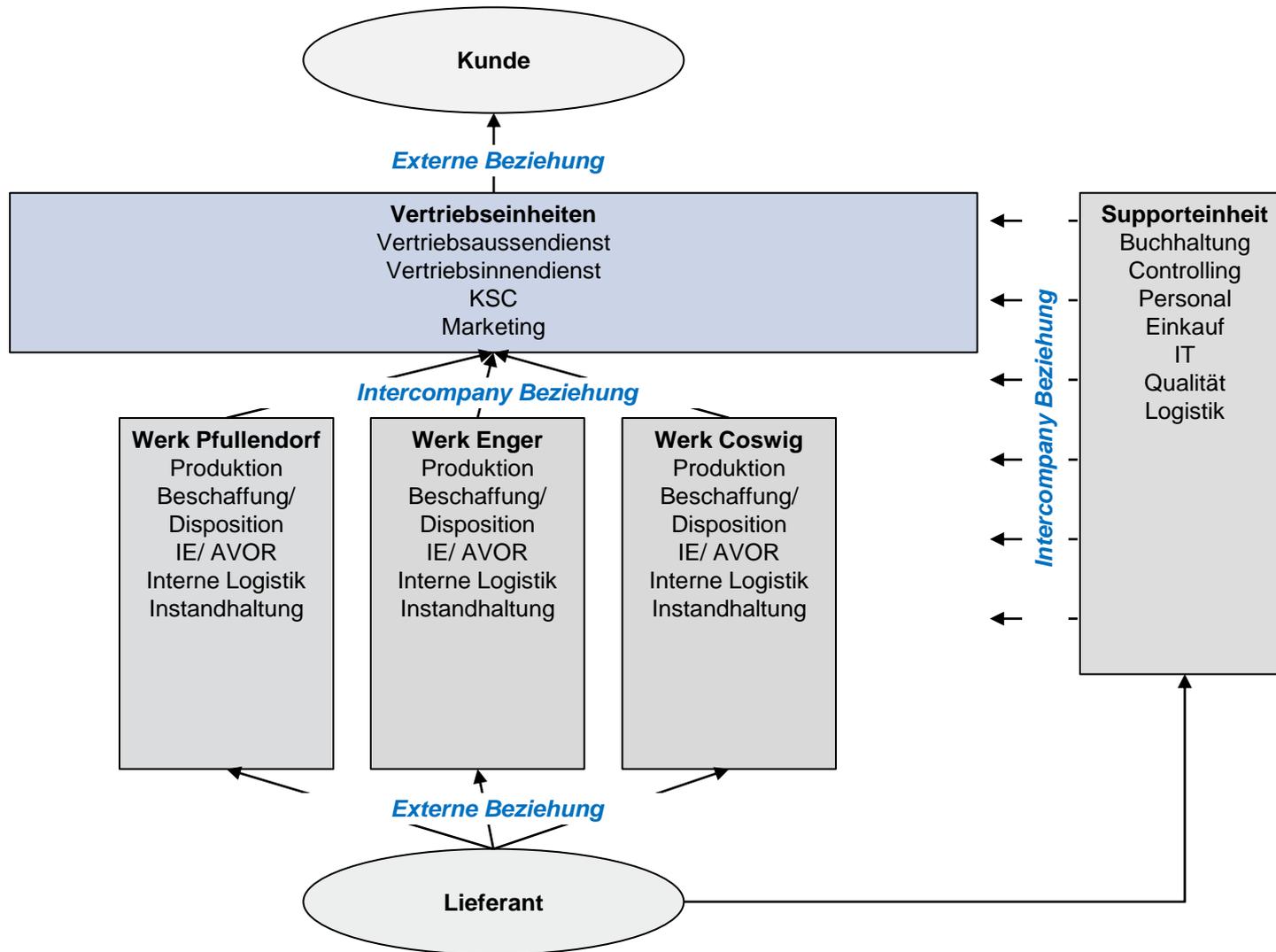


# KOOPERATION MIT PERVAYA MEBEL'NAYA (1MF)

**ALNO AG**



- Kundenservice und Produktion der deutschen Werke sollen deutlich flexibler und professioneller arbeiten und damit 5 Mio. Euro pro Jahr einsparen
- Ziel: Die ALNO AG agiert künftig in den weltweiten Märkten als ein Unternehmen
- Auftritt zum Kunden soll einfacher, schneller und schlanker gestaltet werden
- Entwicklung vom produktionsoptimierten zu einem kundenorientierten Unternehmen

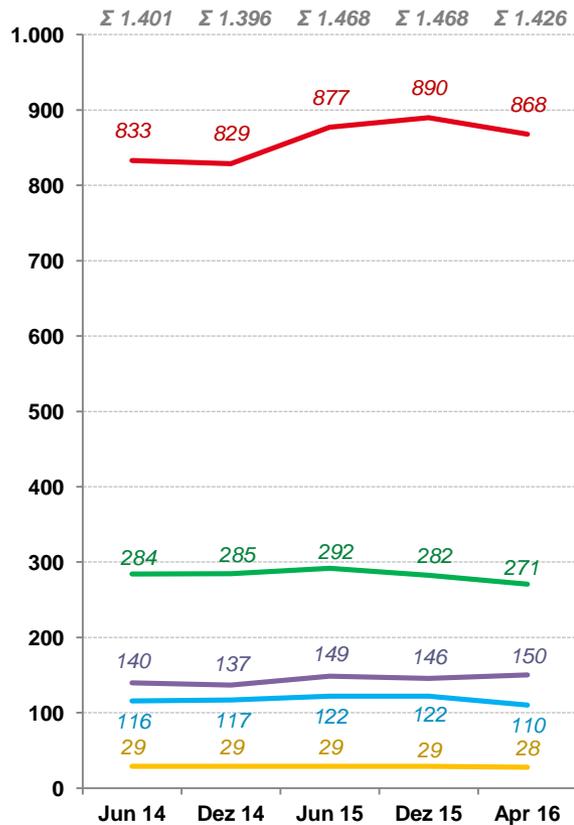


# PERSONALZAHLEN 2014 - 2016

Aufgeteilt nach Inland und Ausland [FTE zum Stichtag]

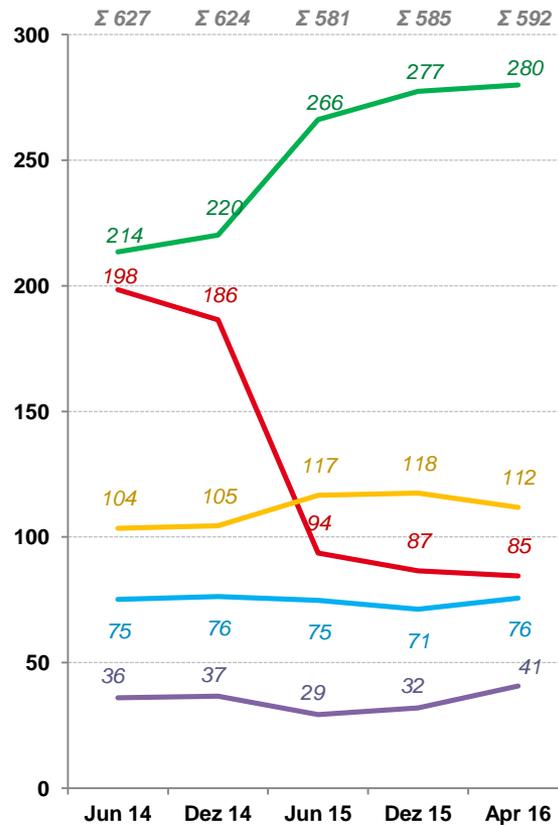
## Inland Gesamt <sup>1)</sup>

[FTE zum Stichtag]



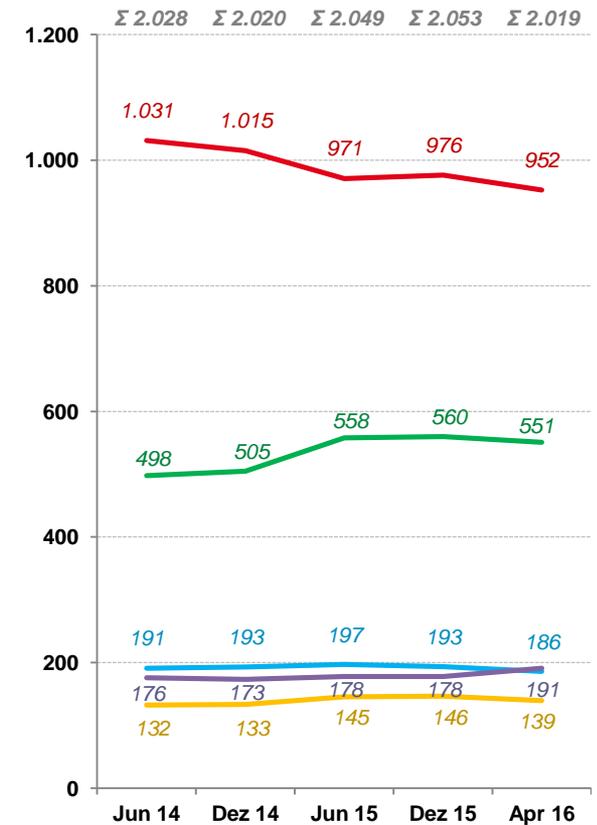
## Ausland Gesamt

[FTE zum Stichtag]



## Konzern Gesamt <sup>1)</sup>

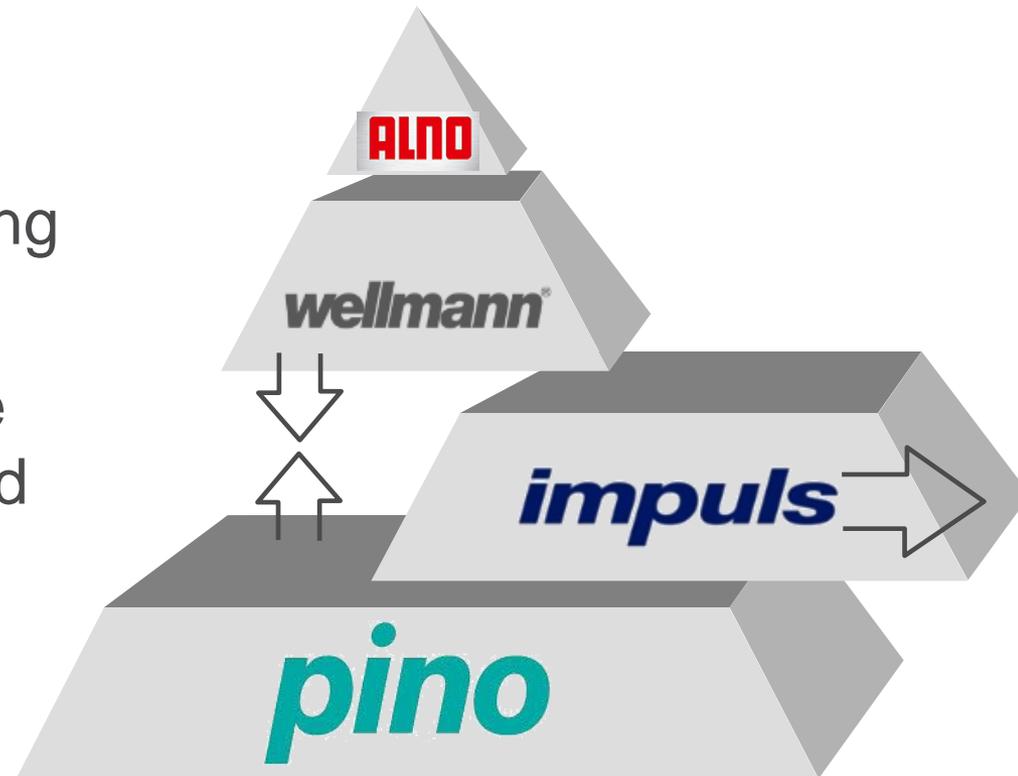
[FTE zum Stichtag]

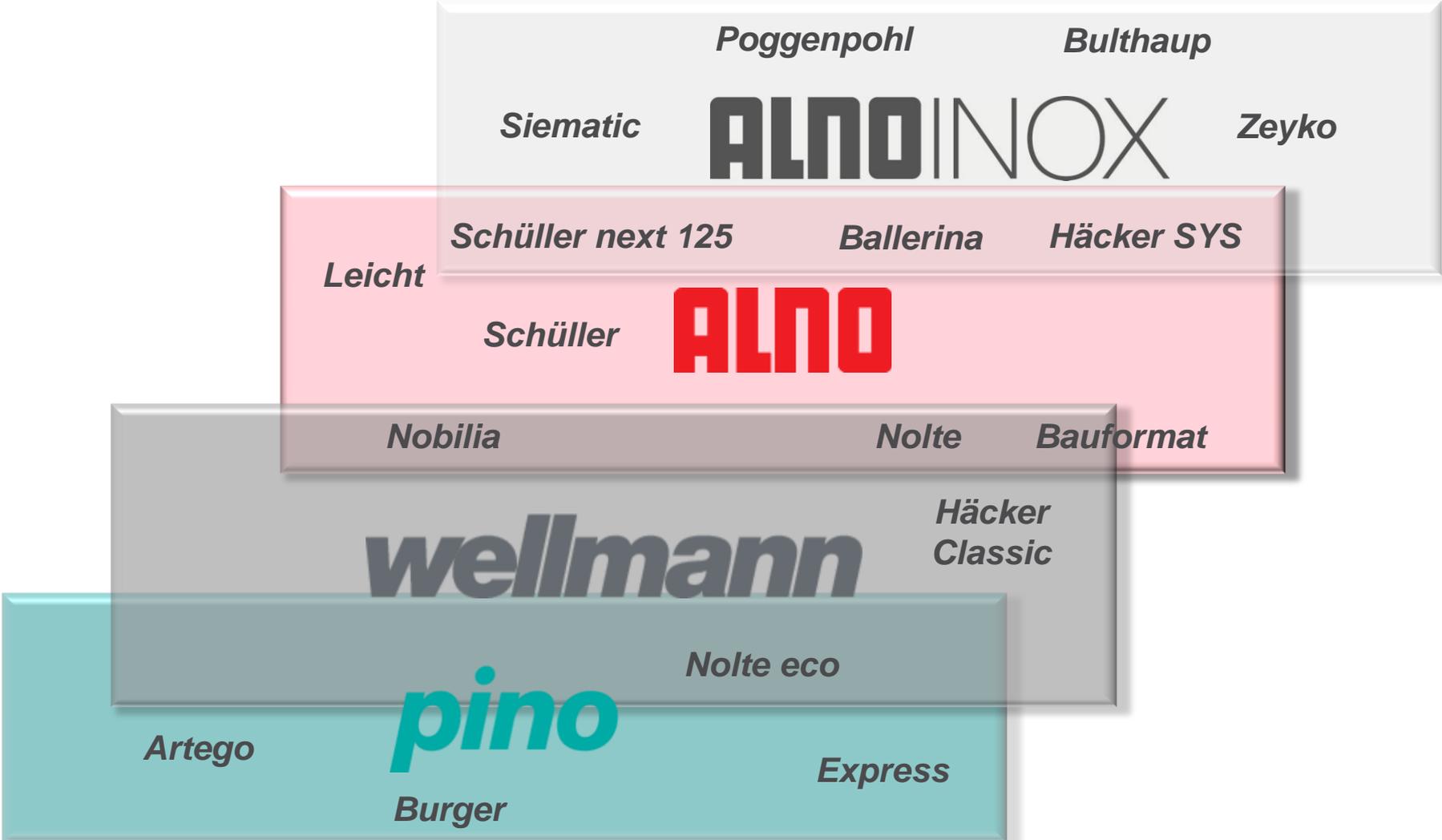


— Produktion — Vertrieb (inkl. Marketing und Produktentwicklung) — Verwaltung (inkl. Einkauf und IT) — Logistik — Sonstige Bereiche (inkl. Qualität, Servicetechniker, Designer)

<sup>1)</sup> Exklusive Impuls Küchen GmbH

- Einstiegsbereich mit Pino wird in Richtung Impuls ausgebaut
- Künstliche Differenzierung wird aufgehoben
- ALNO bleibt hauseigene Premium-Marke und wird weiter für den Küchenfachhandel ausgebaut



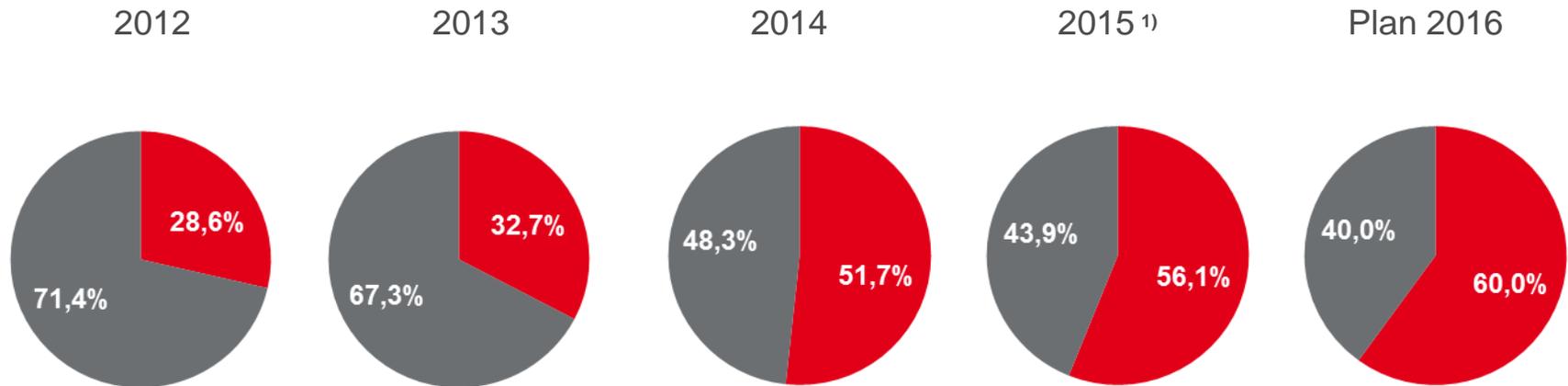


# EXPORT INITIATIVEN

ALNO hat erfolgreich den Exportanteil erhöht

**ALNO AG**

## Entwicklung Umsatz pro Region (2012 – 2016)



International

Deutschland

<sup>1)</sup> Halbes Jahr Impuls

Source: Company Information

# FLAGSHIPSTORES & EXKLUSIVE FACHHÄNDLER

[Anzahl]

**ALNO AG**

<b>ALNO Küchenwelten,</b> Deutschland	Exklusive Fachhändler	26
<b>ALNO UK,</b> Großbritannien	Franchise Stores	44
	Eigene Flagship Stores	7
<b>AFP Küchen AG,</b> Schweiz	Eigene Küchenstudios	14
	Exklusive Fachhändler	80
<b>ALNO Schweiz AG,</b> Schweiz	Eigene Flagship Stores	8
<b>ALNO Scandinavia,</b> Schweden	Eigene Küchenstudios	3
	Exklusive Fachhändler	3
<b>ALNO USA</b>	Eigene Flagship Stores	3
<b>ALNO China –</b> Joint Venture	Eigene Flagship Stores	6
	Exklusive Fachhändler	21
<b>Russland –</b> Joint Venture	Eigene Küchenstudios	16
		<hr/> 231 <hr/>

# FLAGSHIPSTORES & EXKLUSIVE FACHHÄNDLER

Beispiel: AFP Küchen AG & ALNO UK (Franchise Business)

**ALNO AG**

AFP Küchen AG - Standorte



ALNO UK Franchise Business

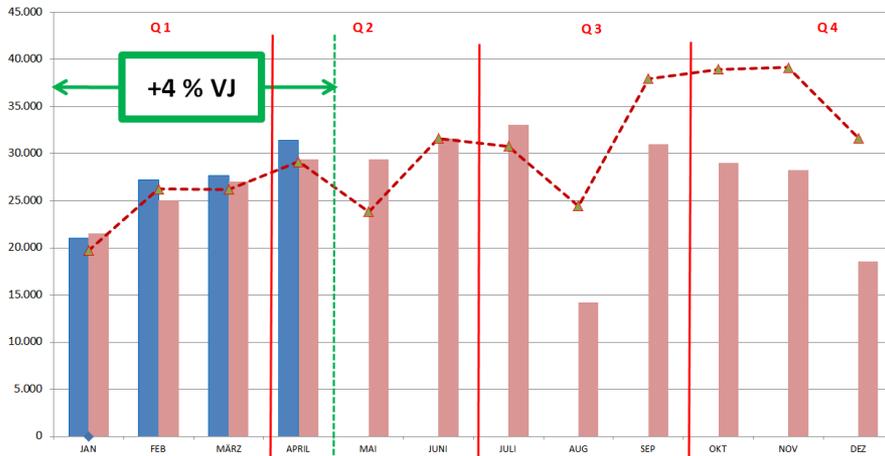


# DEUTLICHE FORTSCHRITTE BEI DER PROFITABILITÄT

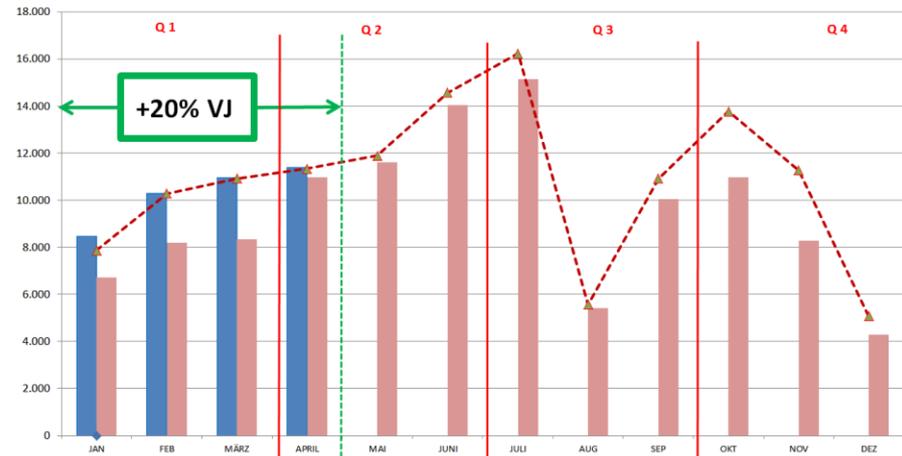
**ALNO AG**

[Mio. EUR]			bereinigt um Impuls und Sondereffekte	
	2014	2015	2014	2015
Umsatz	545,8	521,5	502,9	 521,5
EBITDA	40,0	14,8	<span style="border: 1px solid red; border-radius: 50%; padding: 2px;">-28,2</span>	 <span style="border: 1px solid red; border-radius: 50%; padding: 2px;">-0,4</span>
EBIT	6,2	-11,5	-60,5	 -26,7
Ergebnis nach Steuern	-6,3	-24,4	-70,6	 -19,6

**Produzierte Schränke ALNO:**



**Produzierte Schränke PIATTI:**

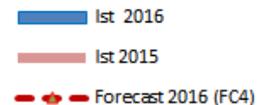


**Der Standort Pfullendorf arbeitet in verschiedenen Schichtsystemen:**

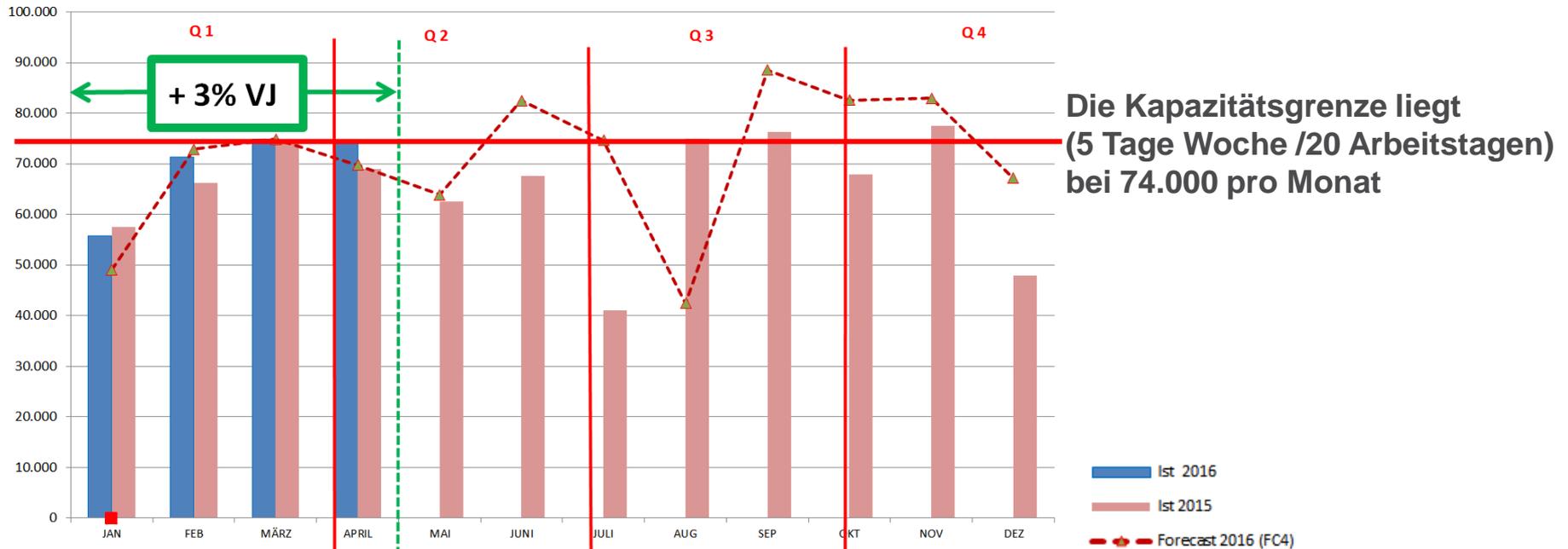
- Bauteilefertigung: 2,5 bis 3 Schichten
- Lackbereich: 2 bis 3 Schichten (ab KW 25/16)

- Montagelinien: 1 Schichtig, bis auf Ausnahmen

Damit ergibt sich perspektivisch die Möglichkeit der Verlagerung von Kapazitäten im Rahmen des deutschen Produktionsverbundes.



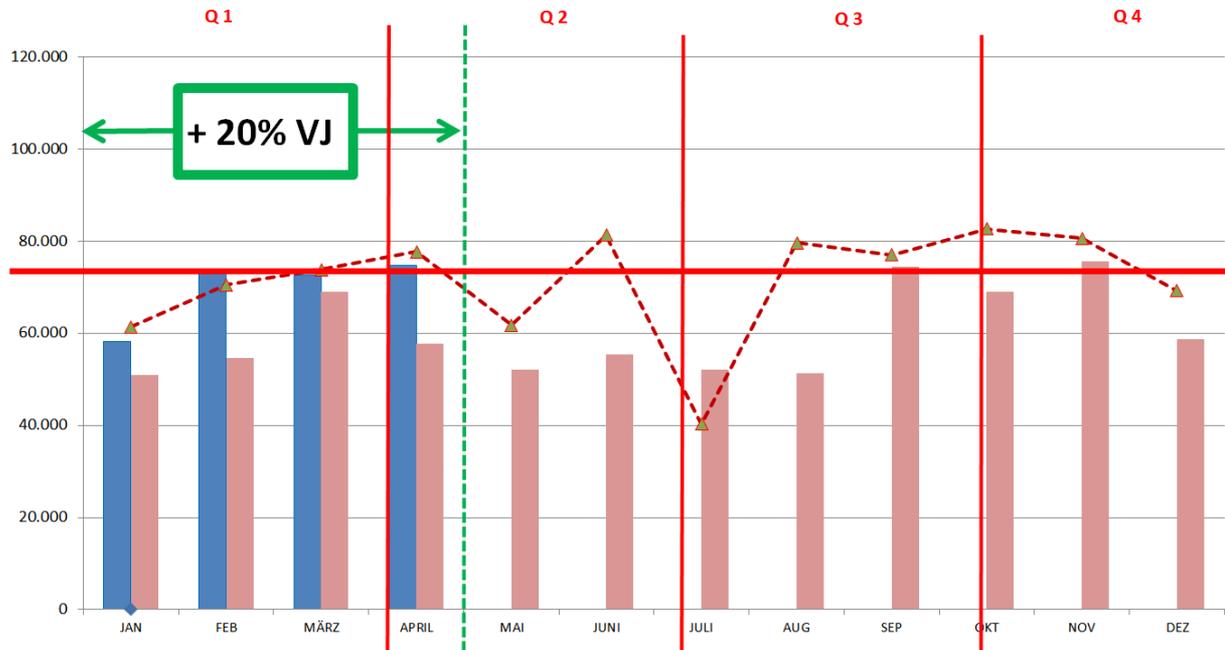
**Produzierte Schränke WELLMANN:**



Wachstumspotential und Kapazitätsspitzen über der jeweiligen Kapazitätsgrenze können perspektivisch durch Verlagerungen nach Pfullendorf ausgeglichen werden.

Stichwort: Optimierung des Produktionsnetzwerks

**Produzierte Schränke PINO:**



Die Kapazitätsgrenze liegt  
 (5 Tage Woche /20 Arbeitstagen)  
 bei 74.000 pro Monat

■ Ist 2016  
 ■ Ist 2015  
 -▲- Forecast 2016 (FC4)

**Wachstumspotential und Kapazitätsspitzen über der jeweiligen Kapazitätsgrenzen können perspektivisch durch Verlagerungen nach Pfullendorf ausgeglichen werden.**

**Stichwort: Optimierung des Produktionsnetzwerks**

# GESCHÄFTSENTWICKLUNG PER 3/2016 vs. 3/2015

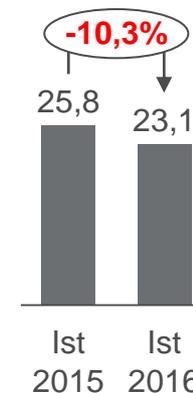
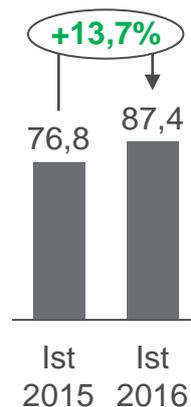
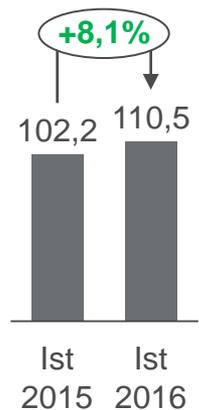
Ohne Sondereffekte [in Mio. EUR]

ALNO Konzern

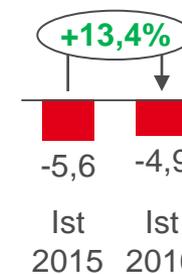
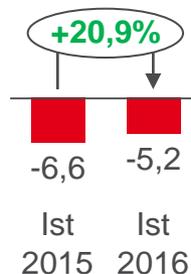
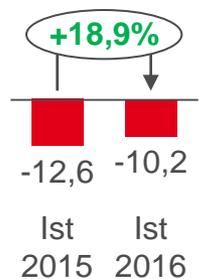
ALNO (o. AFP)

AFP Küchen

Nettoumsatz



EBITDA (vor. Restru)



# Zum Abschluss

Unterstützen Sie uns weiterhin  
mit Ihrem Vertrauen, Ihrer  
Geduld und Ihrer Loyalität.

**Herzlichen Dank!**