

# HT TROPLAST AG behauptet sich in schwierigem Umfeld in: „Wir bei HT“, April 2003

UNTERNEHMEN

## HT TROPLAST AG behauptet sich in schwierigem Umfeld

**M**it einem Konzernumsatz von 855,3 Millionen Euro weltweit (Vorjahr: 847) zeigte die HT TROPLAST AG, im abgelaufenen Geschäftsjahr 2002 in einem nach wie vor schwierigen Bau- markt eine stabile Entwicklung. Beim Ergebnis vor Ertragssteuern wurde das gute Vorjahresniveau (29,4) mit 26,1 Millionen Euro in 2002 nicht ganz erreicht.

Ebenfalls stabil blieb mit 740,6 Millionen Euro (Vorjahr 743,8) der Brutto-Umsatz im HT-Teilkonzern, in dem die konsolidierten HT-

Beteiligungsgesellschaften zusammengefasst werden. Das zeigt - mit geringen Ausnahmen - ein Bild der europäischen Aktivitäten der HT-Gruppe. Das Ergebnis vor Steuern und nach Goodwill/AFA\* reduzierte sich von 29,4 Millionen Euro im Jahr 2001 auf 26,1 Millionen Euro im Jahr 2002.

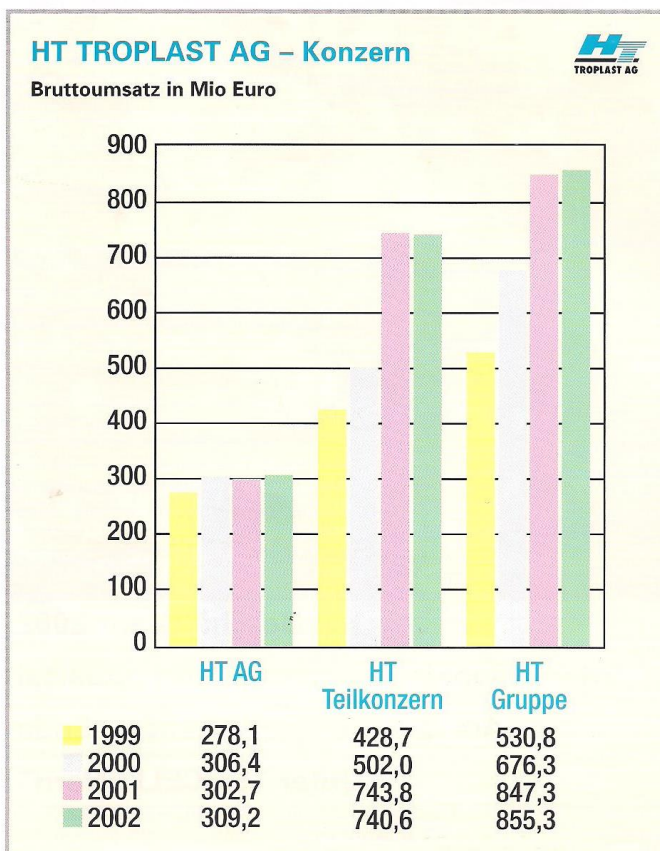
(\*AFA = Abschreibungen)

Im Bereich Kunststoff-Fensterprofile verzeichneten die Marken TROCAL und KBE - insbesondere auf Grund der positiven Entwick-

lung in Osteuropa - eine Umsatzsteigerung. Bei KÖMMERLING war der Umsatz in Deutschland wegen der schwachen Baukonjunktur rückläufig. Die TROSIFOL Folien für Verbundsicherheitsglas setzten die erfolgreiche Entwicklung der vergangenen Jahre fort. Verantwortlich für den Ergebnisrückgang sind insbesondere höhere Rohstoffkosten und der Preisdruck im Profilbereich sowie eine schwächere Entwicklung der TROCELLEN Schaumaktivitäten in Deutschland. Ergebnissteigerungen verzeichneten die Marken TROSIFOL und DYNOS Vulkanfaser für flexible Schleifscheiben. Auch das KÖMMERLING Kunststoffplatten-Geschäft konnte trotz der Abgabe des Industriebereichs gute Fortschritte erzielen und entwickelte sich insbesondere im stark wachsenden US-Markt positiv. Durch die beschlossene Verlagerung der Verwaltung von Dillingen (Saarland) zum Produktionsstandort nach Berlin wird KBE weitere Effizienzgewinne erzielen.

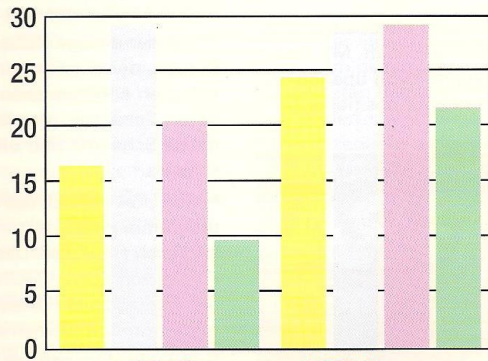
### HT gewinnt neuen Vorsprung

„Unsere Bereitschaft, auch in weniger zugänglichen Märkten frühzeitig Pionierarbeit zu leisten, hat uns 2002 wieder einmal einen Vorsprung verschafft. Vor allem im Profilmarkt Osteuropas und mit unseren Produkten für den internationalen Architekturglas-Sektor sind wir erheblich weitergekommen und konnten damit die Auswirkungen der schwachen deutschen Baukonjunktur kompensieren“, betonte HT-Vorstandsvorsitzender Dr. Hans Werner Kleffner anlässlich des HT-Jahrespressegesprächs am 26. März in Berlin.



**HT TROPLAST AG – Konzern**

Ergebnis vor Steuern in Mio. Euro



1999 nach Goodwill/AFA	16,5	24,4
2000 nach Goodwill/AFA	29,9	28,4
2001 nach Goodwill/AFA	20,4	29,4
2002 nach Goodwill/AFA	9,8	26,1

**Expansion eingeleitet**

Im Architekturglas-Sektor sind TROSIFOL Polyvinylbutyral (PVB) Folien für Verbundsicherheitsglas europäischer Marktführer und auch zukünftig sehr gut aufgestellt. Verbundsicherheitsglas ist auf dem Vormarsch. Wegen der hohen Sicherheit gewinnt diese Glassorte Marktanteile gegenüber anderen. Die Exportrate von TROSIFOL liegt bei 85 Prozent. Östlich von Moskau, in Nizhni Novgorod, entsteht zurzeit eine Produktionsanlage für PVB-Folien, in der sowohl Recycling- als auch Frischmaterial verarbeitet werden soll. Als einziger Hersteller Russlands in diesem Bereich setzt TROSIFOL damit ein deutliches Zeichen.

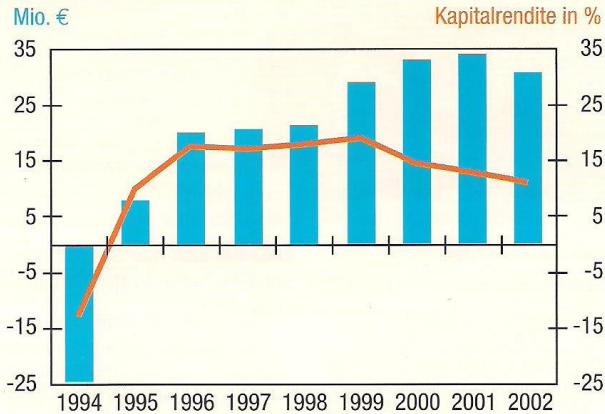
Seitdem 1959 das so genannte „Float glass“ erfunden wurde, hat es laufend Ansätze zur Verbesserung gegeben. HT hat mit TROSIFOL eine Folie entwickelt, die perfekt im Ergebnis und problemlos in der Verarbeitung ist. HT ist einer der führenden Herstel-

**Terrain gewonnen**

Der Nachholbedarf im Osten ist groß. Die Vorteile moderner Kunststoff-Fenster stehen hoch im Kurs - vor allem die möglichen Energieeinsparungen. Im Markt der Fensterprofile ist die HT zwar nicht allein, belegt aber nicht nur in Deutschland, sondern auch jenseits der deutschen Grenzen eine klare Führungsrolle in Polen, in der Ukraine, in Russland, in den Baltischen Staaten, in ganz Südosteuropa – und das teilweise mit großen Marktanteilen. Das erfreuliche Wachstum hier und, etwas moderater, in Westeuropa hat 2002 die Abhängigkeit der HT vom deutschen Markt weiter reduziert. Im Rahmen eines Zukunftsprojektes arbeitet die HT gemeinsam mit der Glasindustrie an einem Fenster, das kaum noch gereinigt werden muss. Durch eine photokatalytische Oberfläche kann sich der Reinigungsaufwand auf ein Mindestmaß reduzieren.

**HT TROPLAST AG – Konzern**

Entwicklung Ergebnis und Kapitalrendite



	1994	1995	1996	1997 <sup>1)</sup>	1998 <sup>1)</sup>	1999 <sup>1)</sup>	2000 <sup>1)</sup>	2001 <sup>1)</sup>	2002 <sup>1)</sup>
Ergebnis v. St. und Goodwill/AFA	-24,4	8,1	20,2	20,8	21,5	29,2	33,2	34,2	30,9
Kapitalrendite in % vor Goodwill/AFA	-12,0	10,3	17,6	16,9	16,5	17,5	14,7	13,5	10,9
Kapitalrendite in % nach Goodwill/AFA					16,5	13,2	11,0	10,3	8,8
Cashflow Rendite %					16,5	13,2	11,0	10,3	8,8
Cashflow Rendite %					13,0	16,1	13,0	13,7	12,2

<sup>1)</sup> Teilkonzern



## 2 UNTERNEHMEN

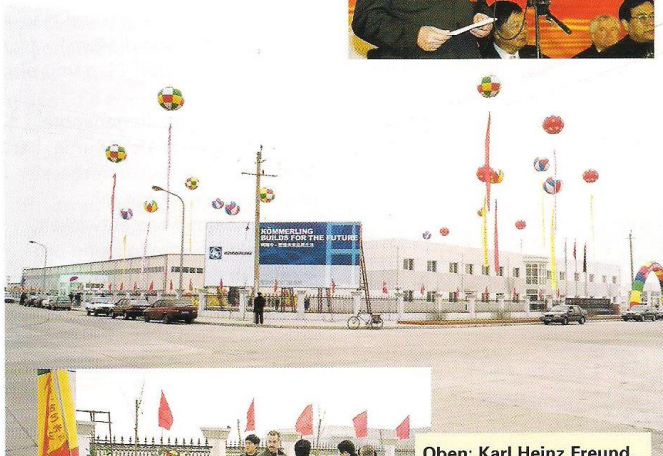
ler, die diese extrem dünne Folie in einer Breite von 3,21 Metern fertigen. Da die Glasindustrie in der gleichen Breite produziert, läuft TROSIFOL direkt von der Rolle in die Glasproduktion. Das ist ein optimaler Prozess, bei dem so gut wie kein Abfall entsteht. Übrigens: TROSIFOL kann in diesem Jahr den 50. Geburtstag feiern!

1953 zum ersten Mal vorgestellt, war die „TROisdorfer Sicherheits FOLie“ bei vielen Glas-Weiterentwicklungen von Anfang an dabei.

Laufe des Jahres 2003 wieder erholen.

### Position gehalten

DYNOS ist und bleibt ein profitables Nischengeschäft. Mit einem Weltmarktanteil von über 50 Prozent sind wir gut positioniert.



Oben: Karl Heinz Freund, Geschäftsführer KÖMMERLING China  
Mitte: die neue Produktion  
Unten: Er gehört einfach dazu – der traditionelle Löwentanz

### Hürden überwunden

Im Bereich Schäume ist TROCELLEN vorwiegend in der Automobilindustrie und in der Freizeit- und Sportindustrie etabliert. 2002 war ein relativ schwieriges Jahr, weil sich die italienische Veredelungsindustrie zunehmend in Richtung Osteuropa orientierte. Auch in der Automobilindustrie waren die Märkte schwach, insbesondere in Italien, dürften sich jedoch im

2002 hat sich das Geschäft für Schleifscheiben zufrieden stellend entwickelt.

### Weltweit investiert

Die neue Anlage für TROCELLEN in Deutschland ist eine Entwicklung, die auf weiteres Wachstum zielt. Sehr feinporige, physikalisch vernetzte TROCELLEN Schaumstoffe mit gleichmäßiger Struktur sind gefragte Produkte

für unterschiedlichste Verwendungen: von der Fensterdichtung bis hin zu speziellen Produkten für den medizinischen Bereich und in Kraftfahrzeugen.

HT ist der einzige Hersteller in Europa, der alle Fertigungs-Technologien anbietet: chemisch vernetzte Schäume, physikalisch vernetzte Schäume und Blockschaum.

In den USA hat sich das Plattenprogramm im Bausektor sehr erfreulich entwickelt. Das sind PVC-Platten von KÖMMERLING, für die die Produktion in Huntsville, Alabama, vergrößert werden soll.

Um die Profilmachfrage in Russland decken zu können, wird die Fertigung in Woskresensk, 80 Kilometer südlich von Moskau, weiter ausgebaut. In Tianjin, unweit von Peking, konzentrieren sich die chinesischen Aktivitäten des HT-Konzerns. Hier konnte Ende Februar 2003 eine vollkommen neue Fertigung eingeweiht werden.

### Initiative gezeigt

HT ist nicht nur führend bei der Entwicklung und Positionierung von Marken, auch beim Recycling und im Verzicht auf bestimmte Additive setzt das Unternehmen Akzente. Bei den UV-Stabilisatoren im Kunststoff-Fenster wird Blei weit schneller durch Calcium-Zink-Stabilisatoren ersetzt, als der Gesetzgeber es fordert. Das ist ein Kernpunkt der freiwilligen Selbstverpflichtung der PVC-Branche, an der die HT maßgeblich beteiligt ist. Im vergangenen Jahr konnten bereits 75 Prozent der PVC-Produkte umgestellt werden; Ende 2003 wird die Umstellung komplett abgeschlossen sein.

Darüber hinaus fördert die HT über allen Wettbewerb hinweg den Dialog innerhalb der Branche und favorisiert auch beim Recycling den Grundsatz freiwilliger



Selbstverpflichtungen von Marktteilnehmern. Zur Erhöhung der PVC-Recycling-Quoten soll unter anderem die „Fensterrecycling-Initiative“ REWINDO beitragen, die Anfang 2002 gemeinsam mit wichtigen Wettbewerbern ins Leben gerufen wurde.

#### Vorsprung vergrößert

Die vergangenen Jahre haben den Mitarbeitern des HT-Konzerns sehr viel an Veränderungsbereitschaft abverlangt:

„Das war nicht immer einfach, hat unser Unternehmen aber enorm weitergebracht. Wir verkaufen gute Produkte mit sehr guten Technologien dahinter - Erzeugnisse, die weltweit gebraucht werden, Energie einsparen und die Sicherheit erhöhen. Das sind wichtige Aspekte für alle Menschen. Wir sind damit auf dem richtigen Weg und konnten das bereits auf der größten Fenstermesse weltweit, der Nürnberger „fensterbau 2002“, eindrucksvoll beweisen“, unterstreicht Kleffner. HT-Vorstandsmitglied und GB-Leiter Profile, Dr. Thomas Büttner, ergänzt:

„Hier haben wir unseren Anspruch, die Nr. 1 zu sein, dokumentiert und für unsere Kunden, den Markt und unsere Wettbewerber erlebbar gemacht. Auch für unsere Mitarbeiter hatte das eine sehr positive Wirkung.“

#### Aussichten auf eine Trendwende bleiben verhalten

Für eine baldige konjunkturelle Belebung in Deutschland sind weiterhin keine Anzeichen erkennbar. Vor dem Hintergrund

der aktuellen Ertragslage und des gesamtwirtschaftlichen und politischen Umfelds fokussiert sich der HT-Konzern auf die Steigerung der Profitabilität und die Verbesserung der Finanzstruktur. Hierzu werden im gesamten Konzern die eingeleiteten Restrukturierungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen konsequent weitergeführt. Es ist beabsichtigt, die Geschäfte auf Basis der guten Ausgangslage in den expandierenden Mär-

ktenposition. Mit der neuen Produktion in Timisoara (Rumänien) folgt TROCELLEN der Orientierung der italienischen Schaumstoff-Verarbeiter in Richtung Osteuropa.

Das attraktive TROSIFOL Geschäft wird weiter ausgeweitet werden. Es ist beabsichtigt, das Geschäft mit KÖMMERLING Kunststoffplatten im wachsenden US-Markt deutlich zu erweitern.

Die HT wird ihren Vorsprung wei-



Pressekonferenz in Berlin: Dr. Hans Werner Kleffner, Dr. Thomas Büttner und Detlef Fahlbusch (von links) – Johannes-Josef Klein befand sich noch auf einer Dienstreise nach Asien

ten Osteuropa, China und USA zu erweitern. Im Profilbereich soll die führende Position im europäischen Markt weiter ausgebaut werden. Weiterhin wird die Kostenstruktur durch laufende Effizienzsteigerungs-Programme sowie durch Organisations- und Standortoptimierungen unter Realisierung aller Größen- und Synergieeffekte bei gleichzeitiger Nutzung der Vorteile und positiven Synergien aus der Mehr-Marken-Strategie verbessert. TROCELLEN zielt auf die Verbesserung der Marktposition bei neuen Schaumtypen in Europa sowie die Verbesserung der Kos-

ten ausbauen und ihre Kräfte in hohem Maße auf die Auslandsmärkte konzentrieren.

#### Für die Zukunft gut gerüstet

Die erfolgreiche Umsetzung der vielfältigen Maßnahmen und Programme, kombiniert mit einer Reihe neuer Ideen und Innovationen, wie zum Beispiel dem „Selbstreinigenden Fenster“, verspricht eine nachhaltige Stärkung der Geschäftsentwicklung, um eine solide Zukunftsperspektive für den Konzern zu bilden.