



corporate identity
kommunikation
mediengestaltung

MARTIN ET KARZINSKI

telefon + 49 (0)89 74 64 69 0
telefax + 49 (0)89 74 64 69 13
Nymphenburger Straße 125
80636 München

Jahresergebnis 2010 – Deceuninck wieder in der Gewinnzone

Im Jahr 2010 sind die Umsätze des belgischen Deceuninck-Konzerns um 10,1 % auf 557,8 Millionen Euro gestiegen. Das Umsatzvolumen konnte insgesamt um 6,4 % gesteigert werden, wobei sich Wechselkurse mit einem positiven Effekt von 4,2 % und wirtschaftliche Mix-Effekte mit -0,4 % negativ auswirkten. In 2010 erzielte das Unternehmen somit ein Netto-Ergebnis von 8,5 Millionen Euro. Für 2011 wird der Investitionsaufwand auf 30 Millionen Euro erhöht.

In West-Europa blieb der Jahresumsatz nahezu stabil. Umsatzsteigerungen in Belgien, Frankreich und Italien standen im Kontrast zum Umsatzrückgang in Spanien, den Niederlanden und Großbritannien. Die Umsätze in Belgien und Frankreich erzielten durchweg hohe Werte und erreichten das Niveau vor der Krise.

Der Gesamtjahresumsatz 2010 in Mittel- & Osteuropa stieg um 6,6 %. Die Inoutic / Deceuninck GmbH, deutsche Tochter des Konzerns in Bogen, trug auch in 2010 zum Umsatzerfolg des Konzerns bei. In Deutschland, Russland und einigen anderen Märkten der Region Mittel- und Osteuropa war eine starke Erholung des Marktes spürbar. Das auslaufende finanzielle Anreizpaket ließ die deutschen Umsätze zusätzlich nach oben klettern.

In der Türkei und in den Vereinigten Staaten wuchs der Gesamtjahresumsatz deutlich an und erhöhte sich jeweils um beeindruckende 34 % und 26 %.

Höhere Rohstoffkosten wurden größtenteils durch verbesserte Produktivität und Verkaufspreiserhöhungen wettgemacht. Insgesamt legte Deceuninck auch 2010 den Fokus auf den Abbau von Schulden und erzielte einen signifikanten Rückgang seiner Nettoverschuldung. Von September 2009 bis Ende Januar 2011 gelang es dem Unternehmen, 76,1 Millionen Euro langfristige Kredite zurückzuzahlen.

»Seit der Restrukturierung in 2009 konzentrierte sich Deceuninck auf Schuldenabbau, Umsatzzuwachs und darauf, das Unternehmen wieder in die Gewinnzone zu bringen. Die Finanzergebnisse des ersten kompletten Geschäftsjahres nach der Strukturierung in 2009 bestätigen, dass wir unsere Zusagen eingehalten haben«, so Tom Debusschere, CEO Deceuninck.

Auch die mittel- und langfristigen Aussichten für das Unternehmen werden von der Konzernspitze positiv bewertet. Gemischte Anzeichen bezüglich einer



Erholung der Baubranche und steigende Rohstoffkosten können durch Verkaufspreiserhöhungen und die immer größere Nachfrage nach umweltverträglichen Baustoffen ausgeglichen werden.

»Baustoffe aus Kunststoff bieten eine hervorragende Dämmung und sind in der Herstellung wesentlich umweltverträglicher als andere Materialien. Deshalb glauben wir fest an unsere ökologischen Produkte und werden noch weiter in die Forschung und Entwicklung von umweltverträglichen Baumaterialien investieren. Gemäß Geschäftsplan wird Deceuninck seinen Investitionsaufwand verdoppeln, um die Nachhaltigkeitsziele für Energieeinsparungen in der Produktion, für PVC-Recycling und für die Entwicklung neuer Produkte zu erreichen. Energieeffizientes Bauen und Renovieren werden der Antrieb für unsere Umsatzsteigerungen sein, denn PVC-Fenster sind und bleiben die optimale Lösung für Energieeinsparungen«, so Stephan Coester, Geschäftsführer von Inoutic und Mitglied des Vorstands des Deceuninck Konzerns.

Zeichen: ca. 3.218

+ 2

Bild

inoutic_deceuninck_stephan_coester.jpg

Bildunterschrift:

Stephan Coester, Geschäftsführer der Inoutic/Deceuninck GmbH und Director Marketing im Vorstand der Deceuninck Gruppe

Für weitere Informationen:

www.inoutic.com

oder

Vera Sabo

Öffentlichkeitsarbeit

Martin et Karczinski

Nymphenburger Straße 125

80636 München

P +49 89 74 64 69 182

F +49 89 74 64 69 13

E v.sabo@martinetkarczinski.de

www.martinetkarczinski.de