



# STARK AUF KURS

## DIE LETZTEN DREI JAHRE – 2008 BIS 2010

**Die letzten drei Jahre inkl. dem Jahr der Weltwirtschaftskrise 2009 waren die wirtschaftlich erfolgreichsten in der Geschichte der AMAG. Die Fokussierung auf Kundennutzen, Spezial-Produkte und Flexibilität sowie ein nachhaltiges Ressourcenmanagement und die Einsatzbereitschaft der Mitarbeiter ließen den Aluminium-Spezialisten solide durch die Krise kommen.**

**Solides  
Geschäftsmodell  
und Spezialisierung  
führten zum Erfolg!**

Die letzten drei Jahre stellten auch für die Aluminiumindustrie eine besondere Herausforderung dar. Der im Jahr 2008 jäh einsetzende Abschwung hinterließ deutliche Spuren in den Bilanzen der Marktteilnehmer. Der gegen Ende des Jahres 2009 einsetzende Aufschwung forderte wiederum rasche Reaktionen auf die schnell steigende Nachfrage. Gerade in diesen schwierigen Jahren erwies sich das AMAG-Geschäftsmodell mit einer klaren Ausrichtung auf Spezialprodukte und auf den Kundennutzen sowie der hohen Flexibilität der Produktion als äußerst erfolgreich. Neben einer Festigung der

Kundenbeziehungen ist es gelungen, im Zeitraum 2008 bis 2010 hervorragende Ergebnisse zu erzielen.

Die Entwicklung der Absatzmengen nach den drei Segmenten Metall (Alouette), Gießen und Walzen ist in Abb. 1 dargestellt. Aufgrund der hohen Effizienz hat die Elektrolyse Alouette, als größte Aluminiumschmelze Nordamerikas, auf konstant hohem Niveau produziert. Auch die Gießerei konnte in Anbetracht des volatilen Umfeldes vor allem in der Automobilindustrie eine zufriedenstellende Entwicklung der Absatzmengen vorweisen. Nach einem sehr guten Jahr 2008 war der

Rückgang der Absatzmengen im Walzwerk mit 15% etwas geringer als der Branchenwert. Laut CRU ging der Verbrauch an Walzprodukten in Westeuropa um 17% zurück. Umso beachtlicher ist der Anstieg der Absatzmengen im Walzwerk mit 31% im Jahr 2010, welcher zu einer hervorragenden Auslastung führte. Im Vergleich dazu hat die Nachfrage nach Aluminiumwalzprodukten in Europa im gleichen Zeitraum lediglich um 14% zugelegt. Die Entwicklung der Ergebnisse (Abb. 2) zeigt ein ebenfalls sehr zufriedenstellendes Bild. So konnten in den letzten drei Jahren alle operativen Segmente ein klar positives Ergebnis erzielen. ■



Absatzmengen in Tausend Tonnen

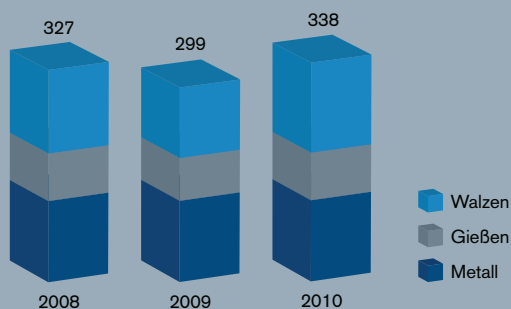


Abb. 1: Absatzmengen

EBITDA in Mio. EURO

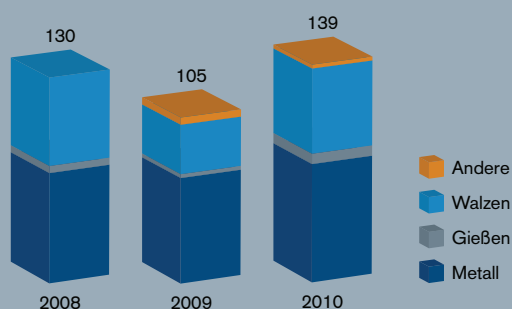


Abb. 2: Ergebnis (EBITDA)

## Erstes Quartal 2011 (Jänner – März)

Der positive Trend des Jahres 2010 setzte sich auch im ersten Quartal 2011 fort. Das operative Geschäft war durch eine solide Nachfrage aller belieferten Branchen gekennzeichnet. Sowohl das Handels- als auch das OEM- (Original Equipment Manufacturers) Geschäft konnte im Vergleich zum Rekordjahr

2010 noch einmal gesteigert werden. Im Ländermix dominierten die angestammten Hauptmärkte Österreich, Deutschland, Italien, Frankreich sowie die USA. Ein guter Start in das Geschäftsjahr ist in den neuen Wachstumsregionen in Asien sowie in Osteuropa gelungen. Im ersten Quartal 2011

konnte der Umsatz von 169 Mio. EURO im Vorjahr um 27% auf 215 Mio. EURO gesteigert werden. Ebenso erfreulich entwickelte sich das Ergebnis (EBITDA) mit einem Anstieg von 31,1 Mio. EURO auf 35,9 Mio. EUR (+15%). Das EBIT stieg im Quartalsvergleich von 19,9 Mio. EURO auf 24,6 Mio. EURO (+24%).

**Erstes Quartal – ein voller Erfolg!**

AMAG mit starkem Umsatz- und Ertragswachstum im 1. Quartal 2011				
in Mio. Euro	1-3/2011	1-3/2010	Änderung	2010
Umsatzerlöse	214,6	168,6	27 %	728,0
EBITDA	35,9	31,1	15 %	139,0
EBIT	24,6	19,9	24 %	93,8

Abb. 3: Finanzkennzahlen Vergleich 1. Quartal