22.03.2005 – 09:15 Uhr

Rekordjahr für 4B Gruppe in schwierigem Marktumfeld: Fenster, Fassaden und Badmöbel als Kernbereiche

Hochdorf (ots) -

Das Geschäftsjahr 2004 war für die in Hochdorf (LU) domizilierte 4B Gruppe - in Berücksichtigung eines eher schwierigen Umfelds - ein Rekordjahr. Der konsolidierte Umsatz des im Fenster-, Fassaden- und Badmöbelbereich tätigen Familienunternehmens überstieg erstmals die Summe von 125 Mio. Franken. Das bedeutet ein Umsatzwachstum von 7 Mio. Franken (+6%). Die 4B Gruppe konnte auch beim Cash flow Ihre Zielsetzung von 10% übertreffen. Vor allem der Geschäftsbereich Fenster trug massgeblich zu diesem Ergebnis bei.

2004 war durch eine weiterhin schwache Baukonjunktur sowie defensives Verhalten bei den Firmen- und Immobilieninvestoren gekennzeichnet. Auch der Strukturwandel innerhalb der Branche hält an. Auf diesem herausfordernden Hintergrund setzte die 4B Gruppe ihre eigene, auf Stärken und Kernmärkte ausgerichtete Strategie erfolgreich um. "Die 4B Gruppe kann auf ein Rekordjahr zurückblicken und unsere Vorwärtsstrategie bringt weiteres Wachstum im Kerngeschäft und vielversprechende Fortschritte in den übrigen Bereichen" fasst Mark Bachmann als Vorsitzender der Gruppenleitung das Geschäftsjahr 2004 zusammen. "Überdurchschnittliche Qualität für anspruchsvolle Kunden ist ein weiterer Grund für unser nachhaltiges Wachstum."

Dynamisches Fenstergeschäft

Im Geschäftsfeld Fenster konnte 4B mit der Produktkombination Holz-Aluminium-Fenster überdurchschnittlich auf 91 Mio. Franken zulegen (Wachstum: 12%). Auch bezüglich Ertrag hat dieses Geschäftsfeld am stärksten zum Gesamterfolg beigetragen.

Für dieses im Baunebenbereich exzellente Ergebnis - steigender Umsatz und steigende Erträge - sind für Mark Bachmann von 4B eine Kombination von Faktoren verantwortlich: "Unsere Angebote entsprechen den Bedürfnissen des Marktes. Das sichert Umsatz. Gleichzeitig machen wir ständig unsere Hausaufgaben. Das sichert Qualität, Effizienz und damit zufriedene Kunden und einen vernünftigen Ertrag. Mit innovativen Fenstersystemen haben wir uns die Spitzenposition im Schweizer Premium-Fenster-Markt erkämpft." Mark Bachmann stellt die seit Jahren konsequent umgesetzte Innovationsstrategie unter den Leitsatz: "Innovation ist unsere einzige Tradition".

Die Schlüsselfaktoren für den nachhaltigen Erfolg im Geschäftsbereich Fenster im vergangenen Geschäftsjahr waren:

- Die gestiegene Nachfrage nach Premium-Fenstern für die Renovation. Ob privater Bauherr oder Grossinvestor, viele Immobilienbesitzer investierten ihre Mittel in den Werterhalt ihrer Immobilien und damit eine nachhaltige und sichere Rendite.
- Der Trend zum Eigentum. Der Bau von Eigentumswohnungen in der ganzen Schweiz bescherte 4B in diesem Marktsegment eine grosse Nachfrage nach Premium-Fenstern und grossflächigen Hebeschiebeelementen.
- Die überdurchschnittliche Nachfrage nach 4B Produkten im Marktsegment Privatkunden in der Renovation.
- Verstärkte Verkaufsanstrengungen (Verkaufsschulung, Ausbau der Distribution) und neue Marketinginstrumente (Kundensegmentierung).
- Das integrale Angebot von 4B Premium-Fenstern und 4B Fassaden für das Profigeschäft.
- Die Standardisierung der Fenstersysteme auf eine Plattform mit entsprechendem Skaleneffekt.
- Die hohe und kontinuierliche Produktionsauslastung, die zu einer starken Produktivitätssteigerung in der Fertigung beitrug.
- Die vollumfängliche Implementierung einer integrierten ERP-Softwar (ERP: Enterprise Resources Planning. Integrierte betriebswirtschaftliche Software zur Unternehmenssteuerung, Produktionsplanung, Auftragsabwicklung, etc.)
- Die professionelle Materialbeschaffung und die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit den Lieferanten.
- Ein hartes aber faires Kostenmanagement mit sinkendem Fixkostenanteil.

- Das grosse Engagement der 4B Fenster Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die vorbildliche Führungsarbeit der Kader.
- Und schliesslich die grosse Zahl zufriedener Kunden, welche 4B weiterempfehlen.

Grossinvestition in Kapazitätsausbau

Erfolg hat Konsequenzen: Vielerorts stösst 4B im Fensterbereich an Kapazitätsgrenzen. Mit Investitionen von über 12 Mio. Franken werden darum 2005 die bestehenden Engpässe beseitigt. Ein neues Produktionswerk von 3'600 m2 für den Bereich Rahmenassembling, Spedition und Materialwirtschaft - ein neues Entwicklungslabor - und eine neue Fensterfertigungsanlage sollen die benötigten, zusätzlichen Kapazitäten schaffen. Mit diesem Ausbau wird der Werkstandort Hochdorf im Luzerner Seetal weiter gestärkt und stösst damit an seine räumlichen Grenzen.

Neue Arbeitsplätze folgen: Die Verkaufs-, Projektleiter- und Montagemannschaft wird ausgebaut. Die weitere Verbesserung des Projektabwicklungsprozesses hat oberste Priorität.

Fassadengeschäft in schwierigem Marktumfeld

Das vergangene Geschäftsjahr war für das Geschäftsfeld Fassaden ein Jahr der Konsolidierung. Das Sortiment wurde der Marktsituation angepasst und gestrafft. In diesem Geschäftsfeld wurden 24 Mio. Franken umgesetzt, die Cash Flow Marge lag unter dem Gruppendurchschnitt. Der massive Rückgang der Nachfrage nach Büro- und Dienstleistungsflächen in der Schweiz und die damit verbundene Baisse im Fassadenbau führten zu Überkapazitäten. Dem enormen Wettbewerbsdruck begegnete man bei 4B mit einer bewusst defensiven Strategie. Der Fokus wird auch in Zukunft noch verstärkt im Renovationsmarkt liegen, denn hier warten viele Geschäftsgebäude auf eine professionelle Fassadensanierung. Die Konzentration auf integrale Gesamtangebote mit wirtschaftlichen Holz-Aluminium-Konstruktionen wird die Innovationskompetenz von 4B weiter stärken.

Innovative Badmöbeldesigns bringen Erfolg

Mit einem Umsatz von 10 Mio. Franken konnte auch das kleine, feine Geschäftsfeld Badmöbel ein Wachstum von 0.7 Mio. Franken (+ 7%) verbuchen. Positiv ist die Ertragssituation, welche sich weiter verbessert hat. Die Investition in neue innovative Möbeldesigns hat sich gelohnt. Die Neugestaltung der eigenen Point of Sales in Adliswil und Reinach (BL) sprechen vor allem auch neue kaufkraftstarke jüngere Käufersegmente an. Der Trend zum Eigentum lässt die Nachfrage nach hochwertigen Badmöbeln weiter steigen. Die konsequente Marktausrichtung, der Ausbau der eigenen Distributionsstandorte, die Pflege des Partnernetzes und neue innovative Möbeldesigns werden dazu beitragen, die Wettbewerbsposition von 4B in diesem Segment weiter zu verstärken.

Geschäftsjahr 2005 - Guter Start

Der Start ins neue Jahr ist gelungen. Die Zuversicht in der Bau- und Immobilienbranche ist zurückgekehrt. Das Vertrauen von Privaten und Investoren ins Immobilium hat sich gefestigt. Private investieren wieder in ihre Liegenschaften. Eine wachsende Dynamik zeigt sich nicht nur im Renovationsgeschäft, sondern auch beim Wohnungsbau, wo vor allem der Markt für Eigentumswohnungen nach qualitativ hochstehenden Produkten verlangt. Die Nachfrage in diesem Segment ist spürbar stärker geworden. Einzig das Segment Geschäftshaus zeigt sich nach wie vor ungenügend. Neuinvestitionen in diesem Bereich sind vom Verlauf der allgemeinen Konjunktur abhängig. Die Morgenröte am Konjunkturhorizont lässt erahnen, dass auch dieses Segment in den kommenden Jahren erneut an Dynamik gewinnen wird.

Facts und Figures zur 4B Gruppe

Die 4B Gruppe erwirtschaftete 2004 mit 465 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von CHF 125 Mio. Davon stammen 115 Mio. Franken aus dem Bereich Fenster und Fassaden, wo 4B der zweitgrösste

schweizerische Anbieter ist. Das Unternehmen mit Sitz in Hochdorf und Niederlassungen in Ebikon, Adliswil, Brüttisellen, Reinach/BL und Bern, ist sowohl auf Renovationen als auch Neubauten spezialisiert. Neben innovativen Produkten bietet 4B auch Beratung, Massanfertigung, Montage und Service-Leistungen aus einer Hand. Dabei wird besonderen Wert auf Qualität und die Weiterentwicklung der Produktpalette sowie neue Technologien gelegt.

Das 1896 gegründete Familienunternehmen in der vierten Generation stellt den Menschen - Kundinnen und Kunden, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter - ins Zentrum seiner Geschäfts-Philosophie. Dank offenen Kommunikationsstrukturen und Leistungsorientierung wird eine qualitätsorientierte Wachstumsstrategie seit Jahren konstant umgesetzt.

MEDIENDOKUMENTATION

Eine Mediendokumentation mit Bildern (auf CD-ROM) und weiteren Unterlagen wurde versandt und ist abrufbar bei der Pressestelle:

wave public relations
Hans Peter Graf
Kapellgasse 3
6004 Luzern
Tel.: +41/41/410'91'13
E-Mail: hpg@wave.ch

Kontakt:

4B Gruppe
an der Ron 7
6281 Hochdorf

Mark Bachmann
Vorsitzender der Gruppenleitung
Tel. +41/41/914'50'50
Fax +41/41/914'55'55
E-Mail: mark.bachmann@4b-gruppe.ch

Rainer Bachmann
Leiter Marketing-Services
Tel. +41/41/914'50'50
Fax: +41/41/914'55'55
E-Mail rainer.bachmann@4b-gruppe.ch

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100062374/100487781 abgerufen werden.