

Für das Geschäftsjahr 2003 verzeichnet die Interpane Gruppe einen leicht rückläufigen Absatz für „veredeltes Glas“, der im Gegensatz zu der Wachstumsphase der Vorjahre steht. Dagegen stiegen die Erlöse der Interpane Produktionsstätten um 3,8 %. Das Betriebsergebnis bezeichnete der Vorstandsvorsitzende Bernd Kramer mit Blick auf die schlechte Marktlage aber als „zufriedenstellend“.

Entgegen dem Branchentrend hat Interpane sich weiter entwickelt. Während die gesamten deutschen Bauinvestitionen auch 2003 um 3,5 % zurückgingen, schrumpft der deutsche Fenstermarkt noch einmal um rund 7 % auf etwa 13,5 Mio. Einheiten. Verglichen mit dem Jahr 1995 betrug damit der Absatz nur noch etwa die Hälfte. Lediglich die Altbauerneuerung zeigte sich weiterhin stabil, während im Neubau und bei Industrieobjekten deutliche Rückgänge hingenommen werden mussten.

Dennoch verdichten sich nach Ansicht von Kramer generell die Zeichen, dass die konjunkturelle Talsohle bereits überschritten sei. Dazu meint der Vorstandsvorsitzende: „Alles in allem betrachtet war der Herbst nicht unbefriedigend. Darüber hinaus konnten wir unsere Marktposition in Deutschland stabilisieren und was Europa angeht haben wir unsere Position gestärkt.“

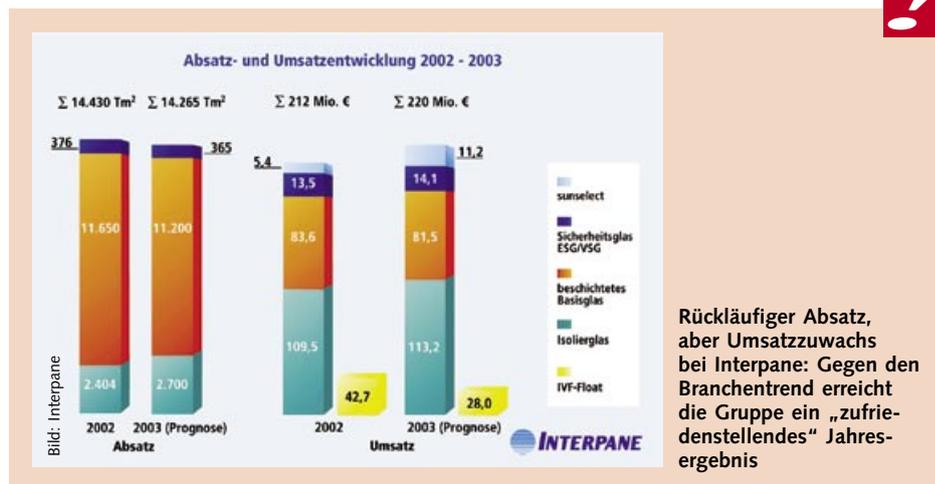
Im umsatzstärksten Geschäftsfeld „Isolierglas“ legte das Unternehmen deutlich auf rund 2,7 Mio. m² zu (+ 12,3 %), was aber überwiegend durch ein lebhaftes Auslandsgeschäft getragen wurde. Der Umsatz kletterte dagegen nur auf rund 113,2 Mio. € (+ 3,4 %). „Die Preiserosion in diesem Marktsegment erreicht eine Dimension, die wir uns bisher nicht vorstellen konnten“, berichtet Kramer. „Anscheinend werden am Markt Preise nicht mehr zum Geldverdienen gemacht, sondern nur noch zur Auslastung der Kapazitäten.“

In dem erneut rückläufigen deutschen Markt erwirtschaften die zwölf Interpane-Produktionsbetriebe in Deutschland, Frankreich und Österreich 2003 einen Produktionsumsatz von rund 220 Mio. € (2002: 212 Mio. €). Der Absatz an veredeltem Glas ging im Jahr 2003 leicht auf 14,3 Mio. m² zurück (2002: 14,4 Mio. m²).

Erfreulicher sah es hingegen im Geschäftsfeld „Metallbeschichtung“ aus. Dort profitierte

Interpane-Jahresergebnis 2003:

Umsatz rauf, Absatz runter



Rückläufiger Absatz, aber Umsatzzuwachs bei Interpane: Gegen den Branchentrend erreicht die Gruppe ein „zufriedenstellendes“ Jahresergebnis

Interpane vom Boom im Solarthermie-Markt. Der Umsatz mit dem Absorberband für Sonnenkollektoren „sunselect“ verdoppelte sich auf 11,2 Mio. €. Diese Entwicklung führt das Unternehmen auf Produkt- und Qualitätsvorteile sowie die staatliche Förderung regenerativer Energien zurück.

Schwache Inlandsnachfrage

Durch die schwache Inlandsnachfrage musste das Unternehmen ein leicht rückläufiges Geschäft mit beschichtetem Basisglas (als Halbzeug für die Isolierglas-Produktion der Partnerbetriebe) hinnehmen. Der Absatz sank auf rund 11,2 Mio. m² (- 3,9 %), der Umsatz auf 81,5 Mio. € (- 2,5 %). Dennoch beträgt der Anteil des Warmglases „iplus“ inzwischen 28 % am deutschen Markt für Wärmeschutz-Verglasung („Low-E“). Im Produktsegment Sicherheitsglas war 2003 ein rapider Preisverfall zu verzeichnen. Durch den gestiegenen Anteil höherwertiger Produkte konnten von Interpane die Umsatzverluste jedoch teilweise ausgeglichen werden. Der Handel mit Floatglas – produziert im gemeinsam mit Pilkington betriebenen Werk im französischen Seingbouse – führte 2003 zu einem Umsatz von rund 28 Mio. €.

Das Ergebnis vor Zinsen, AfA und Steuern (EBITDA) sank ebenso wie Cash-Flow und Konzern-Jahresüberschuss. „Die erschwerten Rahmenbedingungen spüren auch wir“,

so Kramer. Das schlechtere Ergebnis sei zu dem Folge des unerbittlichen Wettbewerbs, der vermehrt über den Preis ausgetragen wird. Insgesamt sorgten die Beschichtungsprodukte und das metallische Absorberband für Sonnenkollektoren für ein Ergebnis vor Steuern von 5,3 Mio. € (2002: 7,2 Mio. €). Dennoch hat Interpane seine Marktposition in Deutschland insgesamt stabilisiert – in Europa sogar verstärkt. Allerdings zeigte sich Bernd Kramer mit dem europaweiten Geschäft nicht ganz zufrieden: „Die Expansion läuft langsamer als erwartet.“

Ausblick 2004

Belegung erwartet das Unternehmen insbesondere aus der Altbaumodernisierung und durch „Mitnahmeeffekte“ aus der Diskussion um die gekürzte Eigenheimzulage. Daneben sieht Kramer in der anstehenden EU-Osterweiterung Chancen für die gesamte Branche.

Weitere Impulse erhofft sich die Interpane-Gruppe von den Ergebnissen und Produkten aus der eigenen Forschung und Entwicklung. Dazu Kramer: „Für das Jahr 2004 wollen wir einiges auf den Weg bringen.“

Außerdem erwartet man positive Ergebnisse vom Sonnenschutzglas „ipasal 73/39“ sowie dem neu entwickelten „ipasal 50/25“, mit dem bereits letzten Herbst erste Objekte in Italien verglast wurden.



MR