

Headquarters:

P: +41 62 765 2520
A: Alte Aarauerstrasse 11,
5734 Reinach (Aargau), CH - Switzerland

E: info.ch@aluflexpack.com
www.aluflexpack.com

Commercial register:
CHE-379.203.800

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 SIX Kotierungsreglement

Reinach (Aargau), 23. August 2022

Starke Geschäftszahlen im ersten Halbjahr 2022 und neuer mittelfristiger Ausblick

- Historisch hohes Nettoumsatzwachstum i.H.v. 30,2% auf €164,8 Mio. (H1 2021: €126,5 Mio.), davon 27,0% organisches Wachstum
- Anstieg des EBITDA vor Sondereffekten (SE) auf €24,3 Mio. (H1 2021: €21,4 Mio.)
- Ausblick für das Gesamtjahr 2022 erhöht: Nettoumsatz zwischen €320 und 350 Mio. (bisher: €310-330 Mio.) und EBITDA vor SE zwischen €39-44 Mio. (bisher: €35-40 Mio.)
- Veröffentlichung eines mittelfristigen Ausblicks zusammen mit neuer Strategie "3-WIN 2025": Organischer Nettoumsatz i.H.v. €450-500 Mio. und EBITDA-Marge vor SE i.H.v. 14-16% in 2025

Die Aluflexpack AG (im folgenden "Gruppe"), ein führender europäischer Hersteller von qualitativ hochwertigen flexiblen Verpackungs- und Barrierylösungen, veröffentlicht heute den ungeprüften konsolidierten Halbjahresbericht für die ersten sechs Monate des Geschäftsjahr 2022. Der Nettoumsatz wuchs um 30,2% auf €164,8 Mio. (H1 2021: €126,5 Mio.), davon 27,0% organisches Wachstum. Der Anstieg des Nettoumsatzes wurde durch eine Ausweitung des Geschäfts sowie Auswirkungen von Mechanismen zur Kostenweitergabe angetrieben. Das EBITDA vor SE belief sich auf €24,3 Mio., gegenüber €21,4 Mio. im Vergleichszeitraum, was einer Marge i.H.v. 14,7% entspricht (H1 2021: 16,9%)¹. Der Rückgang der relativen EBITDA-Marge ist auf gestiegene Kosten sowie Verwässerungseffekte durch eine insgesamt höhere Kostenbasis zurückzuführen. Im Zuge der Veröffentlichung des Halbjahresbericht wurde der Ausblick für das Gesamtjahr 2022 erhöht, um das zusätzliche Geschäft widerzuspiegeln, das durch die Übernahme des türkischen Unternehmens Teko im Mai 2022 generiert wird, sowie die trotz des anhaltenden Gegenwinds durch die Kosteninflation erzielte positive operative

¹ Eine detaillierte Überleitung von berichteten auf Geschäftszahlen vor Sondereffekten sowie ein Überblick über alternative Performance-Kennzahlen ist im Halbjahresbericht 2022 auf den Seiten 17-19 zu finden.

Entwicklung. Der erhöhte Ausblick sieht einen Nettoumsatz i.H.v. €320-350 Mio. (bisher: €310-330 Mio.) und ein EBITDA vor SE i.H.v. €39-44 Mio. (bisher: €35-40 Mio.) vor. Gemeinsam mit den Geschäftszahlen für das erste Halbjahr stellt die Gruppe ihre „3-WIN 2025“-Strategie vor, mit der sie ihre Position als Markt- und Innovationsführer langfristig festigen will. Im Rahmen der neuen Strategie strebt die Gruppe bis 2025 einen organischen Nettoumsatz i.H.v. €450-500 Mio. und eine EBITDA-Marge vor SE i.H.v. 14-16% an.

Historisch hohes Nettoumsatzwachstum

Im ersten Halbjahr 2022 erzielte die Gruppe ein historisch hohes Umsatzwachstum i.H.v. 30,2%, was zu einem Nettoumsatz i.H.v. €164,8 Mio. führte, verglichen mit einem Nettoumsatz i.H.v. €126,5 Mio. in der ersten Hälfte des Jahres 2021. Bereinigt um die Auswirkungen der Akquisition der kürzlich erworbenen türkischen Tochtergesellschaft, erreichte das organische Wachstum 27,0%. Das starke Wachstum in der ersten Jahreshälfte basiert zum einen auf einer soliden operativen Entwicklung und sorgfältigem Management der Lieferketten, und zum anderen auf Effekten aus Kostenweitergabe-Mechanismen und Preiserhöhungen, die der Gruppe ermöglichen, Kunden weiterhin ein hohes Mass an Service und Produktqualität zu gewährleisten.

Positive Marktdynamik

In der ersten Jahreshälfte konnte Aluflexpack ein umfassendes Wachstum in allen Endmärkten erreichen. Das Geschäft im pharmazeutischen Endmarkt stieg im ersten Halbjahr 2022 um 59%, was auf eine dynamische Erholung der Nachfrage und eine vorteilhafte Marktdynamik in den Heimatmärkten der Gruppe zurückzuführen ist. Im Bereich „Sonstige Lebensmittel“ erwirtschaftete Aluflexpack ein beachtliches Wachstum i.H.v. 58%, das auf der Einführung neuer Produkte, einem Beitrag der neuen türkischen Tochtergesellschaft und einem positivem Momentum im Geschäft mit Aluminiumschalen beruht. Das Wachstum in den anderen Endmärkten (Süßwaren (24%), Milchprodukte (33%), Tiernahrung (22%) und „Sonstige Nicht-Lebensmittel“ (28%)) wurde hauptsächlich durch eine Ausweitung des Geschäfts mit bestehenden Kunden sowie durch Effekte aus Kostenweitergabe-Mechanismen unterstützt. Im Kaffee & Tee-Endmarkt wurde ein Wachstum von 9% erzielt – unter dem Niveau der Vorperioden, was auf das gegenwärtige makroökonomische Umfeld und – aufgrund der Aufhebung von Bewegungseinschränkungen – eine Verlagerung des Konsums auf Bereiche ausserhalb des eigenen Wohnsitzes zurückzuführen ist.

"Unser gut diversifiziertes Kunden- und Produktportfolio ermöglichte es uns, vorübergehende Nachfrageverschiebungen in der ersten Hälfte des Jahres 2022 gut auszugleichen. Trotz eines schwierigen makroökonomischen Umfelds konnten wir Herausforderungen wie Lieferkettenengpässe und Kostensteigerungen mit Zuversicht bewältigen. Die gesamte Organisation hat grossen Einsatz gezeigt, um

gemeinsam alle Hindernisse zu überwinden. Zukünftig werden wir verstärkt in unsere Mitarbeiter und unsere Unternehmenskultur investieren, die uns gemeinsam stärker macht", sagt Johannes Steurer, CEO der Gruppe.

Solide Zahlen und gesunde Bilanz

Im ersten Halbjahr 2022 stieg das EBITDA vor SE auf €24,3 Mio. und damit um 13,6% gegenüber dem ersten Halbjahr 2021 (€21,4 Mio.), was einer EBITDA-Marge i.H.v. 14,7% entspricht (H1 2021: 16,9%). Der Rückgang der relativen EBITDA-Marge ist in erster Linie auf höhere Kosten für Materialien und andere Kostenbestandteile, die keinen automatischen Weitergabe-Mechanismen unterliegen wie Energie, Transport und Verpackung, sowie auf den verwässernden Effekt einer höheren Kostenbasis zurückzuführen. Das EBIT vor SE stieg um 22,6% auf €13,7 Mio. (H1 2021: €11,2 Mio.)². Die Gruppe schloss das erste Halbjahr mit einem Reingewinn i.H.v. €8,3 Mio. ab (H1 2021: €12,7 Mio.). Dieser Rückgang ist vor allem das Resultat negativer „Mark-to-Market“-Bewertungseffekte i.H.v. €-5,3 Mio. (H1 2021: positiver Effekt i.H.v. €4,9 Mio.) im Zusammenhang mit Finanzinstrumenten zur Absicherung gegen die Volatilität des Aluminiumpreises.

Mit einer Eigenkapitalquote i.H.v. 47,0% zum 30. Juni 2022 (31. Dezember 2021: 60,2%) verfügt die Gruppe weiterhin über eine gesunde Bilanz, obwohl sie sich auf dem Höhepunkt des Investitionszyklus befindet. Im aktuellen Berichtszeitraum stieg die Nettoverschuldung auf €94,1 Mio. (31. Dezember 2021: €32,4 Mio.), was hauptsächlich auf laufende Investitionen in die Expansion des Werks in Drniš (Kroatien) zurückzuführen ist, das Ende 2022 schrittweise hochgefahren wird, sowie auf die Akquisition der neuen türkischen Tochtergesellschaft.

Erhöhung des Ausblicks für das Gesamtjahr 2022

Trotz der aktuellen wirtschaftlichen Unsicherheit und der geopolitischen Lage bleibt die Geschäftsleitung zuversichtlich, was die Stabilität der Nachfrage angeht. Unter der Annahme einer stabilen Energieversorgung für die Gruppe rechnet die Geschäftsleitung für das Gesamtjahr 2022 nun mit einem Nettoumsatz i.H.v. €320-350 Mio. (bisher: €310-330 Mio.). Der erhöhte Ausblick spiegelt vor allem das zusätzliche Geschäft der kürzlich erworbenen türkischen Tochtergesellschaft sowie höher als erwartete Effekte aus Kostenweitergabe-Mechanismen wider. Infolge dieser Faktoren und der positiven operativen Entwicklung in den ersten sechs Monaten 2022 wird für das Gesamtjahr 2022 nun ein EBITDA vor SE zwischen €39 und 44 Mio. erwartet (bisher: €35-40 Mio.), trotz einer höher als erwarteten Kosteninflation.

² Eine detaillierte Überleitung von berichteten auf Geschäftszahlen vor Sondereffekten sowie ein Überblick über alternative Performance-Kennzahlen ist im Halbjahresbericht 2022 auf den Seiten 17-19 zu finden.

Neue Strategie "3-WIN 2025", einschliesslich mittelfristigem Ausblick

Mit der Veröffentlichung der Geschäftszahlen für das erste Halbjahr 2022 präsentiert die Gruppe auch einen neuen strategischen Fahrplan bis 2025 und darüber hinaus, der darauf abzielt, neue Geschäftsfelder im Bereich der hochwertigen zirkulären Verpackungs- und Barrierelösungen zu erschliessen, und die industriellen Kompetenzen der Gruppe auszubauen. Neben einem Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit und Produktinnovation, einschliesslich dem Fokus auf Lösungen mit höherem Recyclinganteil und besserer Wiederverwertbarkeit, will die Gruppe ihr Geschäft auf verschiedene Weise stärken und neue Massstäbe im Bereich „Operational Excellence“ setzen, beispielsweise durch Investitionen in Automatisierung. Die Gruppe beabsichtigt ausserdem, ihren kundenorientierten Ansatz weiter zu schärfen und sich als Anbieter von Lösungen zu positionieren, der alle relevanten Aspekte der Bedürfnisse von Kunden in einer zunehmend komplexen und dynamischen Verpackungswelt erfüllt, um so das Geschäft sowohl in neuen als auch in bestehenden Endmärkten zu stärken. Im Rahmen der neuen Strategie setzt sich die Gruppe auch neue mittelfristige Ziele. Dabei soll der Nettoumsatz organisch bis 2025 auf €450-500 Mio steigen. Gleichzeitig hat sich die Gruppe zum Ziel gesetzt, in 2025 eine EBITDA-Marge vor SE zwischen 14-16% zu erreichen.

(Finanzzahlen in €Mio.) ³	Für die sechs Monate endend am 30. Juni,		
	2022	2021	Veränderung ggü. Vorjahr
Nettoumsatz	164,8	126,5	+30,2%
EBITDA (berichtet)	27,5	21,9	+25,4%
EBITDA vor SE	24,3	21,4	+13,6%
EBITDA-Marge vor SE	14,7%	16,9%	/
Operatives Ergebnis (EBIT berichtet)	15,9	11,0	+44,4%
Operatives Ergebnis vor SE (EBIT vor SE)	13,7	11,2	+22,6%
EBIT-Marge vor SE (%)	8,3%	8,8%	/
Reingewinn vor Minderheitsanteilen	8,3	12,7	-34,5%
Barmittelzufluss aus operativem Geschäft	8,4	20,6	+59,2%
Barmittelzufluss aus Investitionstätigkeiten	-59,4	-17,9	+230,7%
Barmittelzufluss aus Finanzierungstätigkeiten	62,0	-14,0	/
Eigenkapitalquote (%)	47,0%	60,2%	/
Nettoverschuldung (Nettobarmittel)	94,1	32,4	+190,7%
Vermögenswerte gesamt	402,3	301,7	33,4%
ROCE (%)	9,4%	11,7%	/
Mitarbeiter	1.462	1.342	8,9%

³ Eine detaillierte Überleitung von berichteten auf Geschäftszahlen vor Sondereffekten sowie ein Überblick über alternative Performance-Kennzahlen ist im Halbjahresbericht 2022 auf den Seiten 17-19 zu finden. Bilanzahlen in dieser Tabelle beziehen sich auf Zahlen zum Ende des Berichtszeitraums 2021.

Nächste Termine⁴

2. November 2022 Q3 Umsatzmitteilung

Medienkontakt

Biko Hüster

Investor Relations and M&A Manager

ir@aluflexpack.com

+43 664 8581 139

Über die Aluflexpack AG

Aluflexpack stellt flexible Verpackungslösungen für Endmärkte wie Kaffee & Tee, Pharma, Tiernahrung, Süßwaren und Milchprodukte her. Die langjährigen Kundenbeziehungen mit lokal agierenden Unternehmen als auch mit internationalen Grossunternehmungen werden durch fundierte Branchenkenntnisse, Flexibilität im Kundenservice und Entwicklungskompetenz untermauert. Die Aluflexpack mit Hauptsitz in Reinach (AG), Schweiz, verfügt über Produktionsstandorte in der Schweiz, Frankreich, Polen, der Türkei und Kroatien. Der Mitarbeiterstand belief sich zum 30. Juni 2022 auf 1.462 Mitarbeiter. www.aluflexpack.com

Disclaimer

Some of the information contained in this press release may be forward-looking in nature. Such forward-looking statements are not guarantees of future performance and involve risks and uncertainties, meaning that actual results may differ materially from those in this press release as a result of various factors. Aluflexpack AG is not obliged to publicly update or revise any forward-looking statements.

⁴ Ad-hoc Medienmitteilungen werden nach Börsenschluss veröffentlicht