
Ad-hoc-Meldung nach § 15 WpHG

Vorläufige Zahlen zum Geschäftsjahr 2007 nach IFRS

BHS tabletop entwickelte sich auch 2007 erfolgreich

Selb, 26.02.2008; Der BHS tabletop Konzern entwickelte sich auch im Geschäftsjahr 2007 besser als die inländische Porzellanindustrie. Der Weltmarktführer für Profi-Porzellan für das Hotel- und Gastronomiegewerbe sowie für die Gemeinschaftsverpflegung steigerte den Konzernumsatz auf 94,0 Mio. Euro (2006: 93,8 Mio. Euro). Dabei entwickelte sich BHS mit den drei Marken "Bauscher", "TAFELSTERN professional porcelain" und "Schönwald" im Segment Profi-Porzellan erneut besser als der Wettbewerb und baute die führende Marktposition weiter aus. Ursächlich trugen die konsequente Positionierung der BHS tabletop als Problemlöser für Kunden sowie neue und innovative Produkte und Lösungen bei einer gleichzeitig effektiven Logistik zur erfolgreichen Entwicklung bei. Während das Inlandsgeschäft gegenüber dem Vorjahr nahezu unverändert blieb, wurde im Auslandsgeschäft ein Wachstum gegenüber dem Vorjahr von 3,3 % erwirtschaftet. Die Exportquote erhöhte sich auf 51,8 % (VJ: 50,6 %).

Der BHS tabletop Konzern bewies 2007 erneut, dass Porzellanhersteller auch in globalen Märkten mit einer Produktion am Standort Deutschland profitabel arbeiten können. Im Geschäftsjahr 2007 betrug der Jahresüberschuss im BHS tabletop Konzern 2,7 Mio. Euro (Vorjahr: 4,5 Mio. Euro). Das Vorsteuerergebnis (EBT) belief sich auf 3,6 Mio. Euro (VJ: 5,1 Mio. Euro). Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) betrug 5,4 Mio. Euro gegenüber 7,1 Mio. Euro im Vorjahr, das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) 10,2 Mio. Euro (VJ: 12,4 Mio. Euro).

In den einzelnen Ergebnispositionen sind sowohl im abgelaufenen Geschäftsjahr als auch im Vorjahr einmalige Sondereffekte enthalten, die in beiden Berichtsperioden herauszurechnen sind, um zu einer vergleichbaren Darstellung der operativen Ergebnisse zweier Geschäftsjahre zu gelangen.

So waren in 2006 zwei Sondereffekte enthalten: Ein positiver Einmaleffekt in Höhe von 2,7 Mio. Euro entstand aus dem Verkauf der Anteile an der

Hutschenreuther-Keramag GmbH sowie eines Grundstücks in Schwandorf in der Oberpfalz. Einen weiteren Sondereffekt stellte die Einführung der Marke "TAFELSTERN professional porcelain" dar, der mit 0,8 Mio. Euro das Jahresergebnis belastete.

In 2007 verursachte die Fortführung der Markteinführung der Marke "TAFELSTERN professional porcelain" geplante Einmalkosten in Höhe von 0,7 Mio. Euro. Ein positiver Einmaleffekt ergab sich aus der Ausbuchung von älteren Verbindlichkeiten in Höhe von 0,9 Mio. Euro.

Vor diesen Sondereffekten ergibt sich für den Konzern nachfolgende Ergebnislage:

Angaben in Mio. Euro	2006	2007
Sondereffekte (SE)	1,9	0,1
Jahresüberschuss	4,5	2,7
Jahresüberschuss vor SE	2,5	2,6
EBT	5,1	3,6
EBT vor SE	3,2	3,4
EBIT	7,1	5,4
EBIT vor SE	5,2	5,2
EBITDA	12,4	10,2
EBITDA vor SE	10,4	10,1

Aufgrund der positiven Ergebnisentwicklung schlägt der Vorstand der Hauptversammlung eine Dividende von 20 % auf das Grundkapital, also 0,51 Euro pro Aktie vor. Das entspricht bei einem Jahresschlusskurs von 13,80 Euro je Aktie einer Dividendenrendite von 3,7 %.