

Pressemitteilung**Marazzi Group steigert im Jahr 2011 Umsatz und Profit**

- **Weltweiter Umsatz steigt mit 832,5 Mio. Euro um 2%**
- **EBITDA steigt mit 129,6 Mio. Euro um 10%**
- **EBIT steigt mit 71,6 Mio. Euro um 16%**
- **Nettogewinn steigt mit 20,1 Mio. Euro um 46%**

Geschäftsführer Maurizio Piglione: „Unsere weltweite Präsenz und Investitionen in die Entwicklung ermöglichen der Marazzi Group, trotz Schwierigkeiten in einigen Märkten, weiterhin zu wachsen.“

Die im Bereich Keramikfliesen weltweit führende Marazzi Group verzeichnet für das Jahr 2011 eine Abschlussbilanz mit einem konsolidierten Umsatz von 832,5 Mio. Euro. Das bedeutet ein Plus von rund 2% gegenüber 2010 und eine Umsatzsteigerung im Kerngeschäft Keramikfliesen von 4% (+5% bei konstanten Wechselkursen).

In **Russland** wurden neue Investitionen am Standort Orel abgeschlossen. Sowohl als Ein-Marken-Shop wie auch Shop-in-Shop gibt es dort mittlerweile ein flächendeckendes Verkaufsnetz von 300 Geschäften, wobei der Umsatz von Keramik ein Plus von 25% in ausländischer Währung verzeichnen konnte. Diese Performance ist außergewöhnlich und eine Antwort auf den russischen Neubaumarkt, der erneut eine Wachstumsrate von 10% aufweist.

Während in **Europa** die Keramikfliesenindustrie ab dem zweiten Halbjahr 2011 im Vergleich zu 2010 einen Konsumrückgang hinnehmen musste, konnte die Marazzi Group je nach Bereich gegenläufige Tendenzen verzeichnen. Die Geschäftsergebnisse der Gruppe waren in Deutschland und Osteuropa gut und von kontinuierlichem Wachstum geprägt. Verschlechtert hat sich dagegen der Umsatz im Mittelmeer-Raum mit Ausnahme von Italien, wo der Verkauf von Keramikprodukten dank der Lancierung von neuen Produkten im Gegensatz zur marktläufigen Tendenz um 3% stieg.

In den **Vereinigten Staaten**, wo die Marazzi Group im Jahr 2011 im Standort Dallas eine neue Produktionslinie initiierte, sind die Verkäufe um 3% (in US-Dollar) gestiegen. Verstärkt wurde diese Tendenz durch die Eröffnung neuer Geschäftsstellen im amerikanischen Südwesten Anfang 2011 sowie des Flagship Store im New Yorker Design District.

Eine deutliche Steigerung verzeichnet auch die operative Profitabilität auf Konzernebene: Der **EBITDA** von 129,6 Mio. Euro im Jahr 2011 konnte ein Plus von 10% gegenüber dem Vorjahr erreichen, was 15,6% der Nettoverkäufe entspricht.

Auch der **EBIT** der Gruppe hat ein Wachstum verzeichnet und entspricht mit 71,6 Mio. Euro 8,6% der Nettoverkäufe.

Der **Nettogewinn** beläuft sich auf 20,1 Mio. Euro (plus 46% im Vergleich zu 2010).

(press)

Am 31. Dezember 2011 betrug die Nettoverschuldung 280,3 Mio. Euro. Das Verhältnis von Nettoverschuldung zu Eigenkapital liegt stabil bei 0,60 und das Verhältnis zum EBITDA bei 2,2.

„Die Ergebnisse der Marazzi Group sind noch besser als letztes Jahr“, sagte dazu Maurizio Piglione, Geschäftsführer der Marazzi Group. „Dies dank der internationalen Konsolidierung und der direkten Präsenz in verschiedenen Ländern, die es uns erlaubt, Konsumtendenzen zeitnaher zu erfassen und damit auf die Geschwindigkeit der Märkte entsprechend zu reagieren. Auch auf dem europäischen Markt, der in der zweiten Hälfte des Jahres von großen Schwierigkeiten gekennzeichnet war, haben wir durch kontinuierliche Investitionen in Technologie, Forschung und Entwicklung sowie die Einführung neuer Produkte im Einklang mit den Bedürfnissen unserer Kunden neue Marktanteile gewinnen können“, sagte abschließend Maurizio Piglione.

Modena , 02. April 2012

Kontakte:

*Barabino & P. Deutschland
Benedetta Spada
Tel. +49 30 66 40 40 60
b.spada@barabino.de*

*Marazzi Group S.p.A.
Manuela Corradini
Tel. +39 059 384238
manuela.corradini@marazzigroup.com*

*Laura Bruzzone
l.bruzzone@barabino.de*