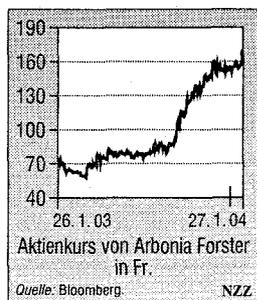


Arbonia Forster wird expansiv

Gy. In den letzten Jahren hat die Arbonia-Forster-Gruppe (AFG) keine stetige Entwicklung erlebt. Es schien, als hätte die Führung nach dem Tod des Gründers und langjährigen Chefs Jakob Züllig (1999) bei der Expansion auch immer die Frage nach dem Verkauf von Unternehmensteilen im Auge gehabt. Strategiegemäss wurden die beiden Divisionen Heiztechnik/Sanitär (Heizkörper, Duschen) und Stahlssysteme (Küchen, Kühlschränke, Präzisionsstahlrohre, Profile) so unabhängig als möglich gehalten. Markt-

beobachter hatten lange mit dem Verkauf des Küchengeschäfts und einer Konzentration auf das Heizkörpergeschäft gerechnet. Im vergangenen September übernahm Edgar Oehler die AFG-Aktienmehrheit von der Grün-

derfamilie und riss das Steuer herum. Offenbar versteht er die Gruppe nicht als Ansammlung von Geschäften, sondern will eine zusammenhängende Struktur daraus machen und expandieren. Der nun unter Börsenaplaus getätigte Kauf von Piatti passt ins Bild; das eigene Küchen- und Kühlschrankgeschäft (Forster) wird massiv ausgeweitet und zu einem Standbein der AFG. Oehler zählt auf Synergien und die Ertragskraft daraus. Auf diese Weise kann man sich ein weiteres Knüpfen Verbindungen vorstellen, nicht nur zwischen AFG-Teilen. Oehler hat ja nicht nur die AFG im Portefeuille, sondern privat auch die in der Oberflächenbeschichtung tätige STI-Gruppe (Hartchrom), die auch mit Metall arbeitet, einen internationalen Kundenkreis, u. a. Militär, bedient und offenbar sehr rentabel ist. Eine operative Zusammenarbeit der beiden Unternehmen ist von aussen gesehen gut vorstellbar, eine kapitalmässige Verbindung unter Einbezug des Anlegerpublikums eigentlich auch, einfach mit etwas mehr Phantasie.



BÜROKUNDENSTELLE	
1. Name	...
2. Adresse	...
3. Telefon	...
4. Fax	...
5. E-Mail	...
6. Web	...
7. Branche	...
8. Umsatz	...
9. Mitarbeiter	...
10. Umsatz pro Mitarbeiter	...
11. Umsatz pro Fläche	...
12. Umsatz pro Kunde	...
13. Umsatz pro Produkt	...
14. Umsatz pro Region	...
15. Umsatz pro Land	...
16. Umsatz pro Produktland	...
17. Umsatz pro Produktland	...
18. Umsatz pro Produktland	...
19. Umsatz pro Produktland	...
20. Umsatz pro Produktland	...

Lieferschein Nr.: 2028305 Medien Nr.: 1317 Medienausgabe Nr.: 853550 Objekt Nr.: 10303775 Subobjekt Nr.: 1 Lektoren Nr.: 23 Abo Nr.: 768020 Treffer Nr.: 15224908