

Willkommen bei



- Begrüssung K. Janjöri
- Geschäftsverlauf W. Kummer
- Ergebnisse der ersten 9 Monate 2001 G. Zenger
- Forbo-Klebstoffaktivitäten P. Hälg
- Zielsetzungen und Ausblick W. Kummer

Geschäftsverlauf

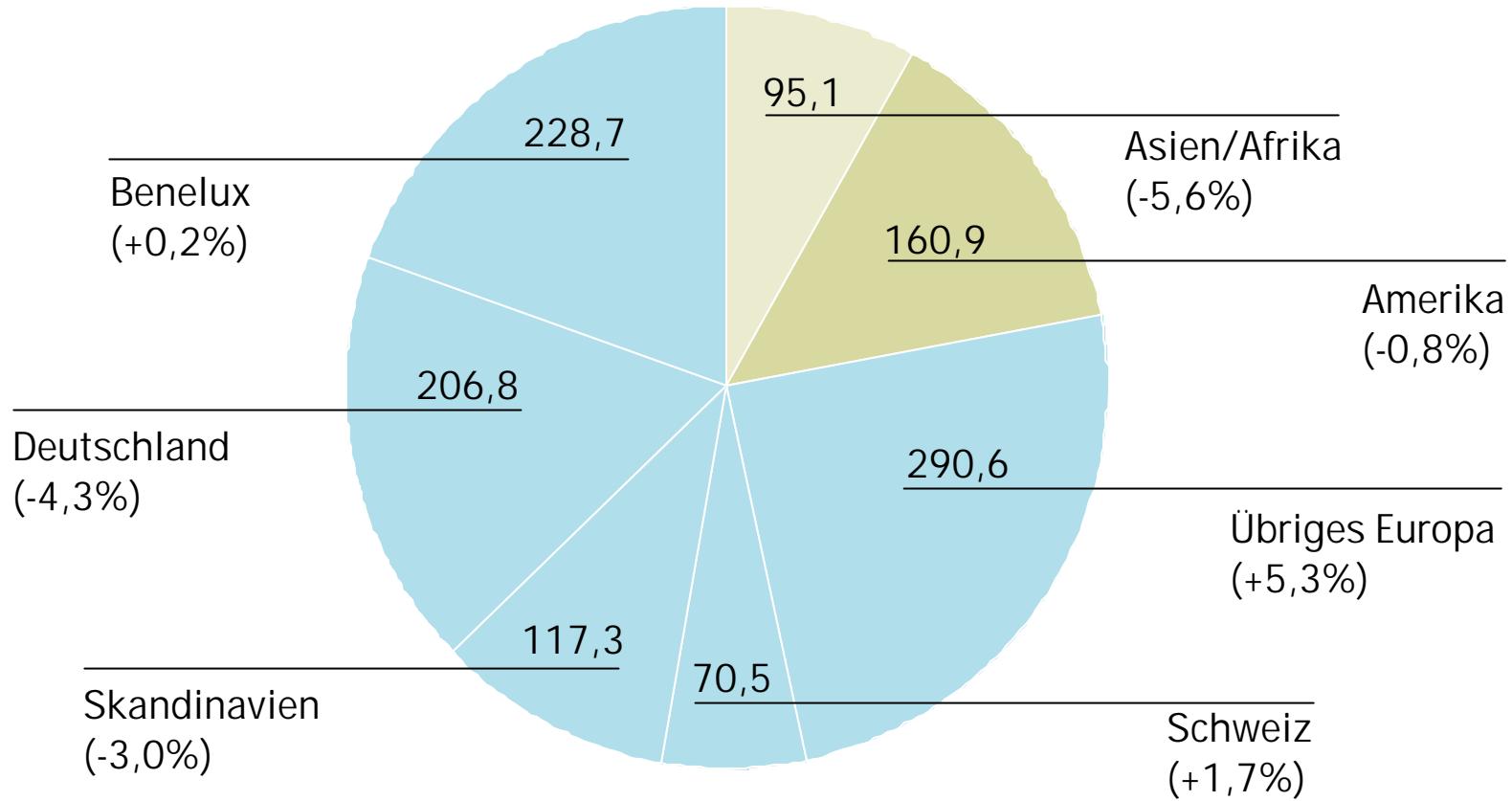
Erste 9 Monate 2001

- Umsatzentwicklung reflektiert Verlauf der Weltwirtschaft
 - Auf vergleichbarer Basis –3,7%, währungsbereinigt –0,5%
 - September-Umsätze deutlich unter Vorjahr
- Betriebsergebnis CHF 74,3 Mio gegenüber CHF 96,6 Mio im Vorjahr (-23,1%)
 - negativer Währungseinfluss CHF 3,3 Mio
 - geringere Umsätze, tiefere DB-Marge CHF 8,7 Mio
 - höhere Gemeinkosten (+2,6%) CHF 10,3 Mio
- Konzernergebnis CHF 43,6 Mio (-34%)
 - geringeres Finanzergebnis

Forbo-Absatzmärkte

Erste 9 Monate 2001

Umsatz in CHF Mio; 1 169,9 (-0,5%) insgesamt

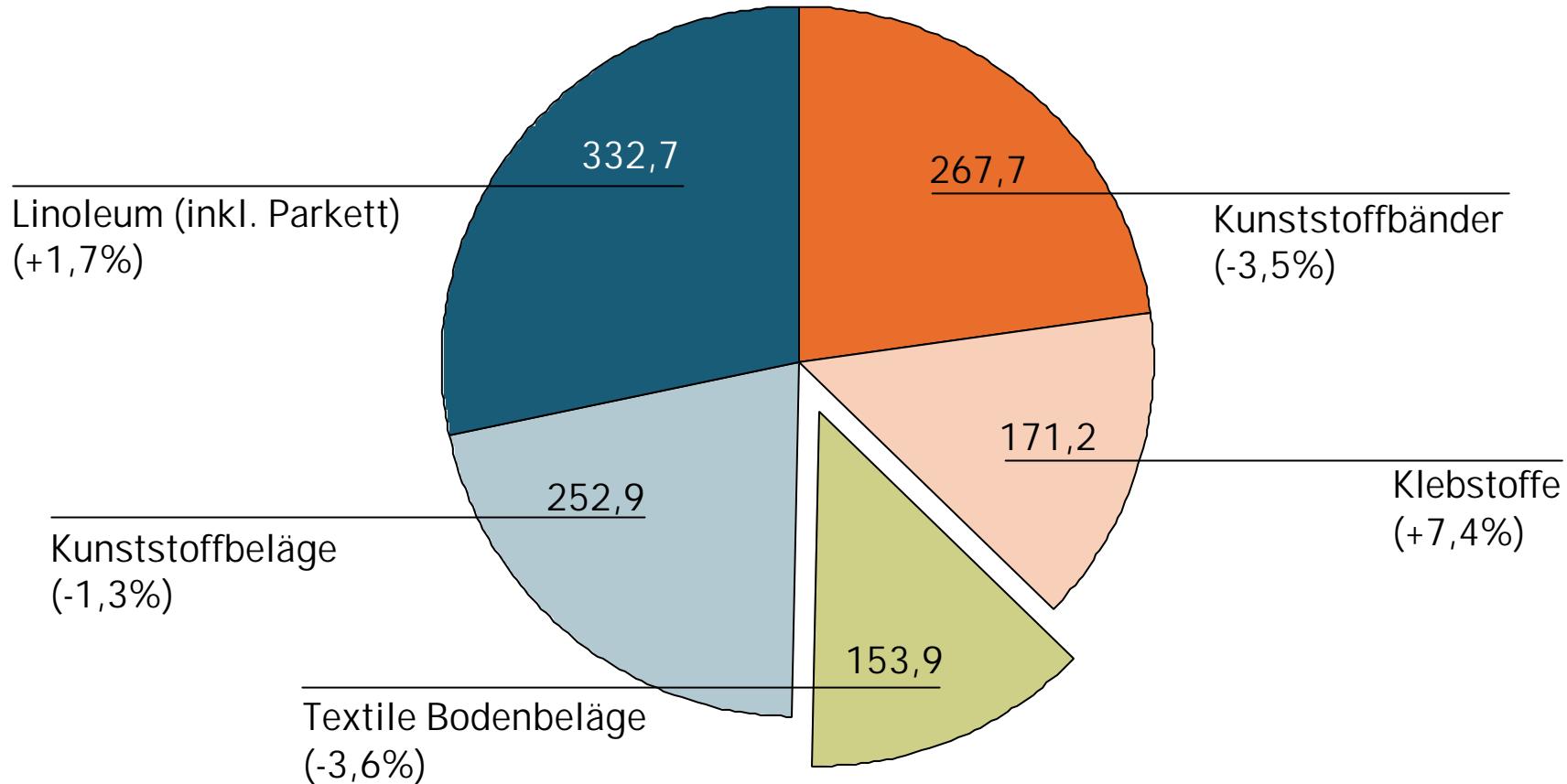


() Veränderung zu Vorjahr auf vergleichbarer Basis, währungsbereinigt

Forbo-Produktegruppen

Erste 9 Monate 2001

Umsatz in CHF Mio; 1 169,9 (-0,5%) insgesamt



() Veränderung zu Vorjahr auf vergleichbarer Basis, währungsbereinigt

Geschäftsverlauf Bodenbeläge

Erste 9 Monate 2001



Linoleum

- Verkäufe besser als Gesamtmarkt für Bodenbeläge
 - Wachstum in der Schweiz, Benelux, UK, Frankreich und USA
 - Umsatzrückgänge in Deutschland und Skandinavien
- Ungenügende Produktionsauslastung verursacht Kostendruck

Kunststoff-
beläge

- Marktverlagerung bei schaumbeschichteten Kunststoffbelägen:
starkes Wachstum in Osteuropa und Rückgang in Westeuropa
 - Sichtbare Erfolge mit hochpreisigen und neuen Markenprodukten
- Umsatzausfälle bei Belägen für die High-Tech-Industrie

Textile
Bodenbeläge

- Guter Geschäftsgang in den Niederlanden und Frankreich;
marktbedingte Umsatzeinbussen in Deutschland und der Schweiz



Kunststoffbänder

- Geschäft leidet unter der aktuellen Marktschwäche für Investitionsgüter
 - Europa –2%; Amerika – 5%; Asien – 4%
- Preiskonzessionen und Kosten der neuen Produktionsanlage in Hannover belasten das Resultat

Klebstoffe

- Umsätze sowohl im Bereich Boden/Wand als auch Industrieapplikationen mit positiver Entwicklung
- Integration Carzuh per 1.9.2001 ist erfolgt und neuer Geschäftsführer wurde bestellt

Eingeleitete Massnahmen

- Generelles Kostensenkungsprogramm in allen Bereichen
- Organisationsstraffung und Reduktion der Anzahl Außenstellen
- Kurzarbeit und temporärer Produktionsstopp in einzelnen Werken
- Als Folge wird sich der Personalbestand von 5 832 (1.1.2001) auf rund 5 600 (vor Devestitionen und Akquisitionen) verringern



Keine Abstriche bei Produkt- und Marktentwicklung sowie bei Informatikprojekten (SAP/R3)

Übersicht Konzernergebnisse

Januar – September

	2001 Mio CHF	2000 Mio CHF	Veränderung zu Vorjahr % effektiv	% währungs- bereinigt
Nettoumsatz	1 169,8	1 365,0	-14,3	
davon weitergeführte Aktivitäten	1 169,8	1 215,0	-3,7	-0,5
Betriebsergebnis vor Abschreibungen	143,8	179,2	-19,8	
davon weitergeführte Aktivitäten	143,8	174,6	-17,6	-14,6
Betriebsergebnis	74,3	96,6	-23,1	
davon weitergeführte Aktivitäten	74,3	102,4	-27,4	-24,3
Finanzergebnis	-12,2	-3,0		
Konzerngewinn	43,6	66,5	-34,4	

Übersicht Konzernergebnis

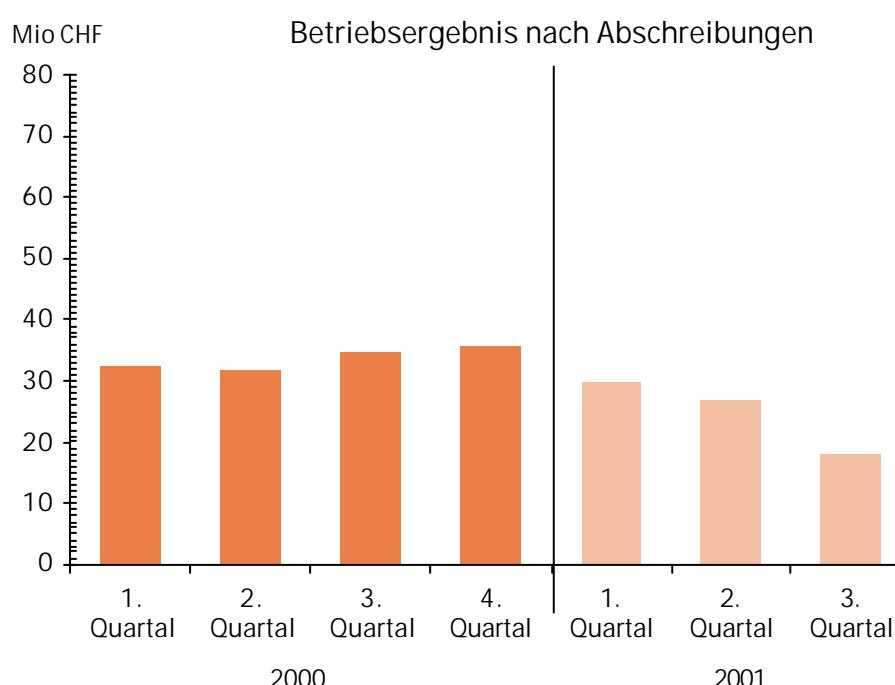
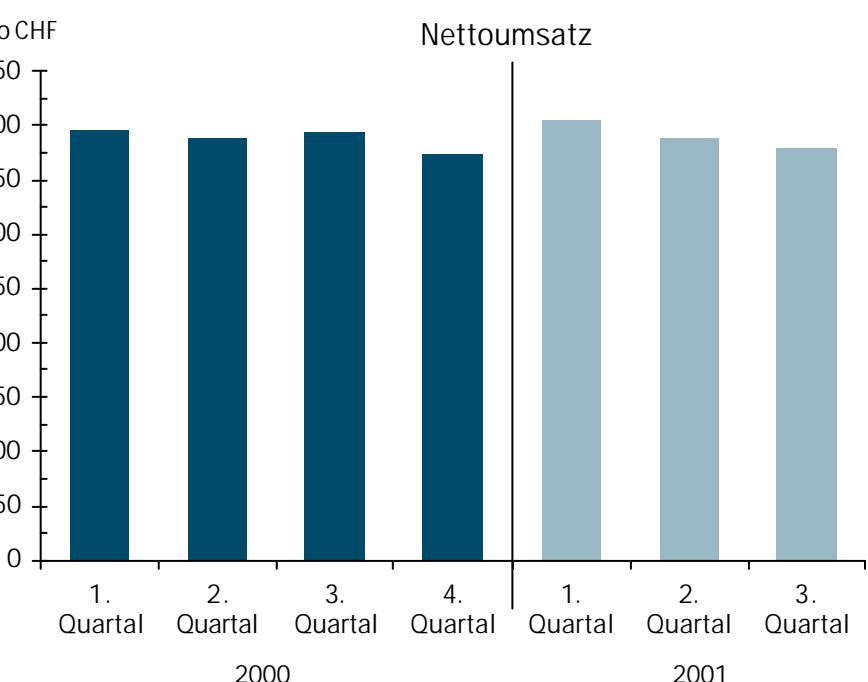
Januar – September

Kennzahlen (weitergeführte Aktivitäten)

	2001 Mio CHF	2000 Mio CHF
Betriebsergebnis vor Abschreibungen in % des Nettoumsatzes	143,8 12,3	174,6 14,4
Betriebsergebnis nach Abschreibungen in % des Nettoumsatzes	74,3 6,4	102,4 8,4
in % der betrieblichen Aktiven	8,0	10,3

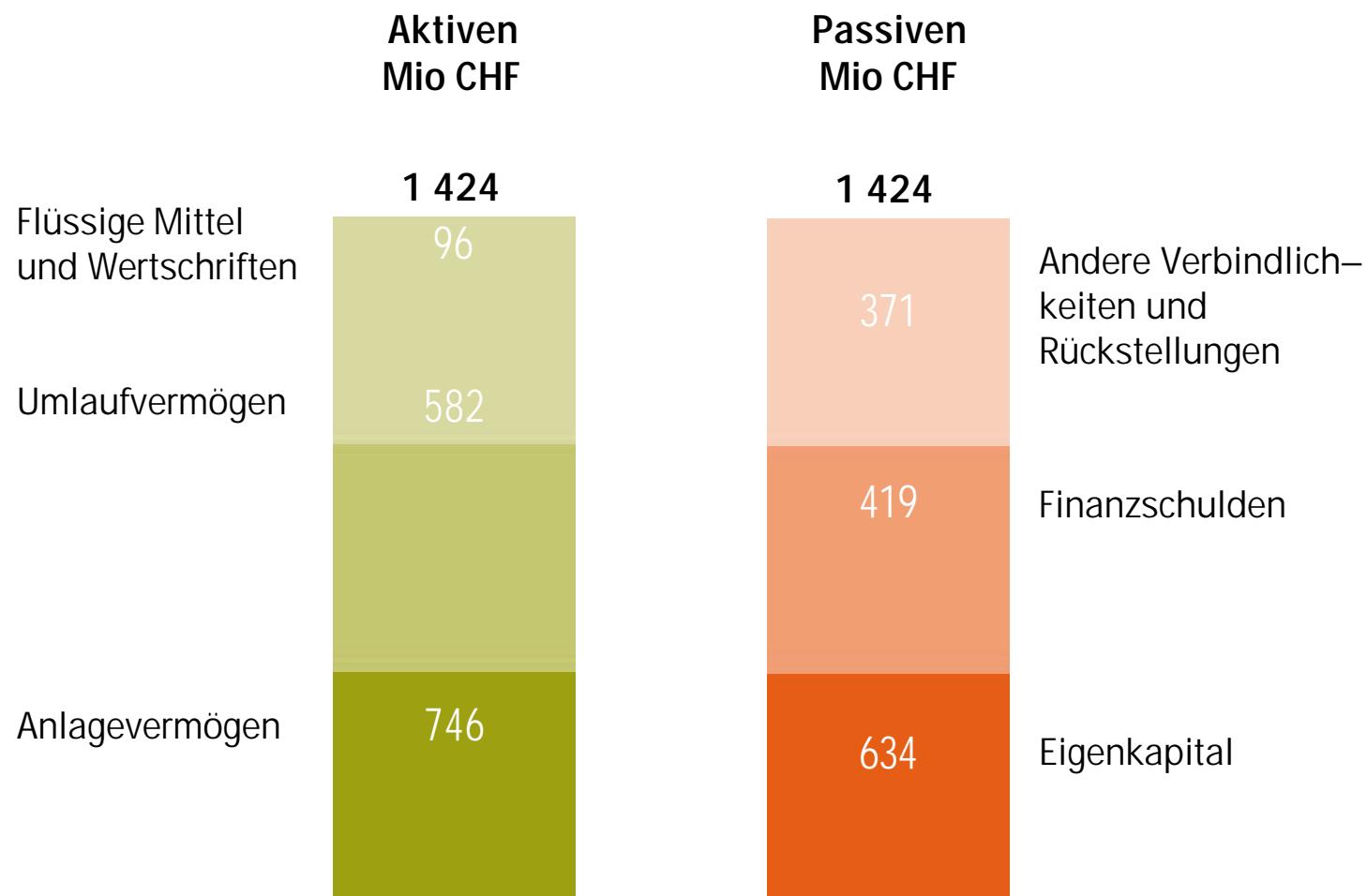
Übersicht Konzernergebnisse

Nach Quartalen, weitergeführte Aktivitäten, währungsbereinigt

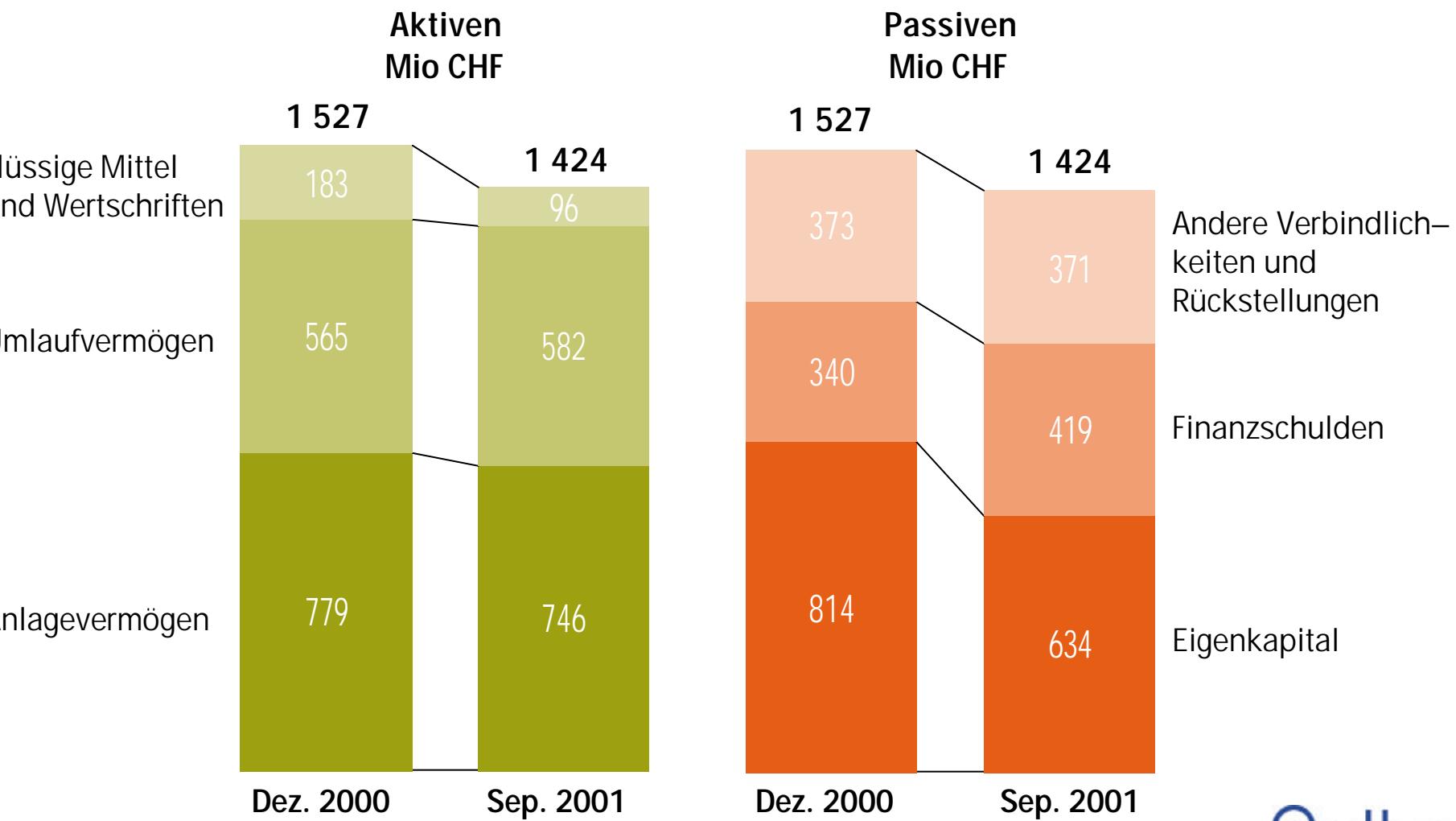


Übersicht Konzernbilanz

30. September 2001



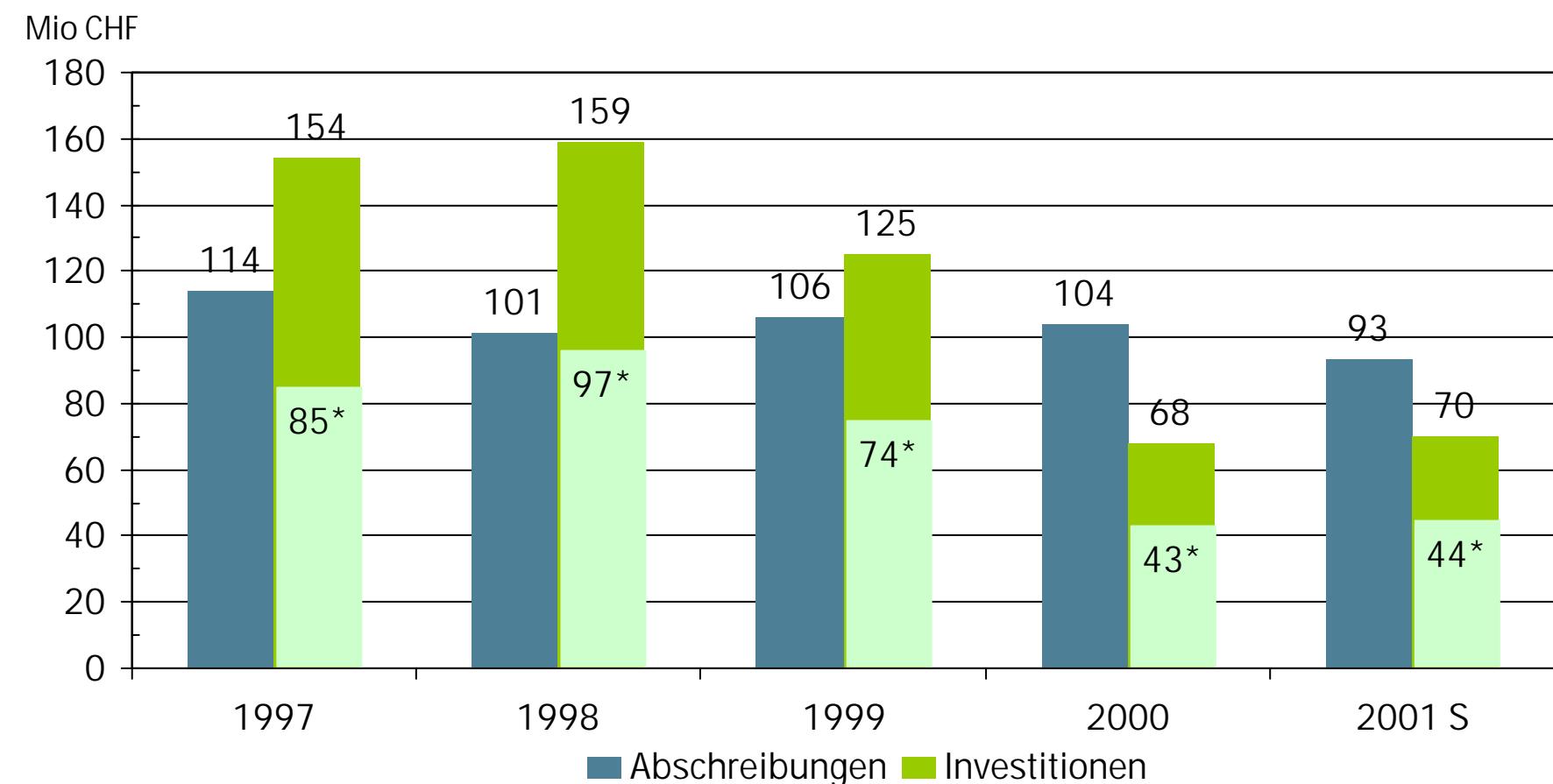
Übersicht Konzernbilanz



Optimierung der Kapitalstruktur

	Mio CHF	Anteil der Bilanzsumme
<u>Eigenkapital am 31.12.2000</u>	813,9	53,3%
Veränderung 2001	-179,9	
Aktienrückkauf (156 974 NA = 10,4% AK)	-146,7	
Dividende	-32,4	
Währungsumrechnungen und Übrige	-44,4	
Konzerngewinn Januar – September	+43,6	
<u>Eigenkapital am 30.9.2001</u>	634,0	44,5%

Abschreibungen / Investitionen



*) Januar - September

Free Cashflow

Januar – September 2001

Mittelfluss aus:

betrieblicher Tätigkeit

Investition

Free Cashflow (vor Dividende)

Mio CHF

80

-44

36



(Ohne Akquisitionen und Devestitionen)

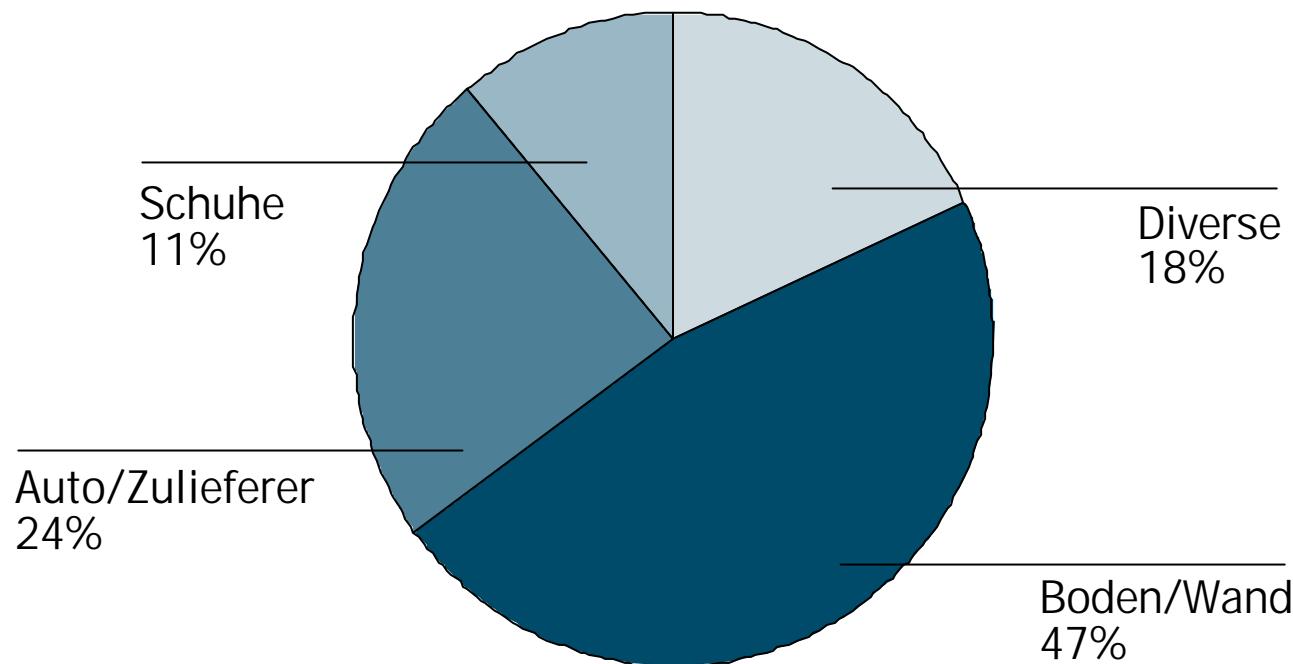
Willkommen bei



Klebstoffe: ein attraktiver Markt für Forbo

- Marktgrösse
 - weltweit \$25 Milliarden, in Europa \$6 Milliarden
- Fragmentierter Markt mit klar abgrenzbaren Segmenten
- Marktkonsolidierung bietet Chancen für Forbo
 - Die vier grössten Anbieter halten weniger als 30% des Marktes
 - Mehr als 1 500 Firmen am Markt, 500 davon in Europa
- Überdurchschnittliche Wachstumsraten
 - 2-6% je nach Segment
- Überdurchschnittlicher ROA erreichbar

Forbo hat starke Positionen in Boden/Wand und im Industriesektor



Total ca. CHF 230 Mio (2001)

- Hohe Synergie mit Forbo-Belagsgeschäft
 - Erschliessung neuer Märkte
 - Positionierung als Systemlieferant
- Starke lokale Positionen in Europa
 - Marktführer in Benelux
 - Bedeutende Positionen in Deutschland, Frankreich und der Schweiz
- Komplettes Produktprogramm
 - Klebstoffe für Linoleum, Vinyl, Textilbeläge, Parkett, Keramik
 - Nivelliermassen, Parkettlacke

- Konzentration auf Ausbau der lokalen Positionen
 - Benelux
 - Deutschland
 - Frankreich
 - Schweiz
- Aufbau von Exportmärkten mit der Division Bodenbeläge
 - Osteuropa/Russland/Balkan
 - Skandinavien
 - UK

- Konzentration auf vier Marktsegmente
 - Automobilzulieferer
 - Schuhindustrie
 - Holz- und Möbelindustrie
 - Verpackung
- Geographisches Schwerpunkt in Deutschland
- Gute Technologie-Basis
- Starke Positionen in abgegrenzten Marktnischen

Forbo verklebt Innenausstattungen von BMW und anderen Luxusmarken

Die Erfahrung im Verkleben von Lederausstattungen basiert auf unserer Tradition in Schuhklebstoffen



Forbo ist innovativer Klebstofflieferant für die Holz- und Möbelindustrie

Forbo bietet Klebstoffe sowohl für Holzstrukturen im Bau als auch für die Möbel- und Küchenindustrie an



Bei einem modernen Schuh
werden bis zu zehn
verschiedene Klebstofftypen in
bis zu sieben Arbeitsgängen
eingesetzt



Wachstumsstrategie für Industrielklebstoffe

- Stärkung unserer Position in besetzten Nischen und geographische Multiplikation
- Entwicklung neuer Applikationen basierend auf unserem Technologievorsprung
- Selektive Akquisitionen
 - zur Öffnung neuer geographischer Märkte (Carzuh)
 - zum Ausbau der bestehenden Marktposition (Schuhgeschäft von Sika Tivoli und neu Salamander)
- Grössere Akquisitionsprojekte
 - zum Aufbau einer globalen Struktur

Vision für die Klebstoffaktivitäten

- Forbo nimmt aktiv am Konsolidierungsprozess der Industrie teil
- Im Bereich Klebstoffe für Boden/Wand konzentrieren wir uns auf starke lokale Positionen
- Im Bereich Industrieklebstoffe bauen wir ein globales Geschäft mit starker Fokussierung auf attraktive Marktnischen auf
- Das Klebstoffgeschäft soll markant wachsen und wesentlich zur Steigerung des Unternehmenswertes von Forbo beitragen

Strategie-Umsetzung: Fokussierung

- Geplante Veräußerung des Bereichs Textile Bodenbeläge an das Management
 - Vertragliche Einigung erzielt
 - Abwicklung der Transaktion bis Ende Jahr vorgesehen
- Forbo fokussiert sich auf die vier strategischen Kerngeschäfte
 - Bodenbeläge mit Linoleum und Kunststoffbelägen
 - Industriespezialitäten mit Klebstoffen und Kunststoffbändern

Strategie-Umsetzung: externes Wachstum

- Hohe Qualitätsanforderungen an Akquisitionsprojekte
- Erste Akquisitionen erfolgten dieses Jahr
 - Carzuh in Spanien (Klebstoffe)
 - Umsatzzukauf bei Klebstoffen für Schuhindustrie von Sika Tivoli und Salamander (neu)
- Weitere Akquisitionen werden folgen

Strategische Zielsetzung: dem aktuellen Umfeld angepasst

	1998	2000 *)	Projektion 2001 **)	Zielsetzung 2004
Operative Ertragskraft (ROS = EBITDA on Sales)	12%	14%	> 12%	15%
Effizienter Mitteleinsatz (ROA = EBITA on Operating Assets)	8%	11%	> 8%	> 13%
Umsatz in Mio CHF	1 715	1 600	1 350	> 2 000

*) ohne die im Jahr 2000 devestierten Bereiche

**) ohne Textile Bodenbeläge

- Wirtschaftliches Umfeld lässt keine wesentliche Verbesserung der Ertragslage bis Ende 2001 erwarten
- Alle Anstrengungen zielen auf Ergebnisverbesserungen 2002
- Erholung der Märkte dürfte rasch zu einer Rentabilitätsverbesserung führen

Gründe, die für Forbo sprechen

- Fokussiertes Unternehmen
- Klare Strategie und Ziele
- Engagiertes Management-Team
- Positiver Free Cashflow
- Attraktive Dividende
- Starke Bilanz