

Werhahn erzielt solides Ergebnis in anspruchsvollem Marktumfeld und stärkt mit strategischer Transformation und Investitionen in die Zukunft das diverse Portfolio

- **Umsatz der Gruppe bleibt stabil:** Mit 4,8 Mrd. € trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen annähernd auf Vorjahresniveau
- **Unternehmensbereich Baustoffe investiert in Digitalisierung und Infrastruktur:** Über 100 Mio. € für Erhalt, Erneuerung und Nachhaltigkeit
- **Unternehmensbereich Konsumgüter zeigt positive Dynamik:** Umsatzsteigerung um 3,4 Prozent und Transformationsprogramm bei Zwilling Küche mit erster Wirkung
- **Unternehmensbereich Finanzdienstleistungen besteht in schwierigem Marktumfeld:** Fokus auf Systemumstellung, Effizienzsteigerung und nachhaltige Profitabilität

Neuss, 20.05.2026 Die Werhahn-Gruppe hat das Geschäftsjahr 2025 trotz rückläufiger Absatzmengen im Baustoffgeschäft, gedämpfter Konjunktur im gewerblichen Kreditgeschäft und nachlassender Kauflaune bei Konsumgütern mit einem soliden Ergebnis abgeschlossen. Das Familienunternehmen investierte gezielt in Transformation, Digitalisierung sowie Prozessoptimierung und schuf damit die Grundlage für künftiges Profitabilitätswachstum.

Im Geschäftsjahr 2025 erzielte die Werhahn-Gruppe einen konsolidierten Umsatz von 4.787 Mio. € (2024: 4.825 Mio. €). Dies entspricht einem leichten Rückgang um 1 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das Ergebnis vor Steuern war von Einmaleffekten belastet und fiel auf 142 Mio. € (2024: 182 Mio. €).

Unternehmensbereich Baustoffe: Investitionen in digitale Zukunftsfähigkeit trotz schwieriger Marktlage

2025 erzielte der Unternehmensbereich Baustoffe einen Gesamtumsatz von 1.743 Mio. € und blieb damit leicht unter dem Vorjahreswert (2024: 1.782 Mio. €). Die anhaltend schwache Baukonjunktur, rückläufige Nachfrage im öffentlichen Straßenbau und verzögerte Infrastrukturprojekte im Inland sowie den wesentlichen Auslandsmärkten führten zu sinkenden Absatzmengen. Dennoch konnte der Bereich durch gezielte Effizienzmaßnahmen einen wesentlichen Beitrag beim Gesamtergebnis der Werhahn-Gruppe einbringen.

„Der Unternehmensbereich Baustoffe verfolgt eine konsequente strategische Linie. Wachstum im Ausland, die Weiterentwicklung des Stoffstroms und die fortschreitende Digitalisierung sichern unsere Marktposition. Wir treiben Digitalisierungsinitiativen wie den Einsatz von Künstlicher Intelligenz voran. Der Unternehmensbereich Baustoffe bleibt auch bei sinkenden Absatzzahlen durch seine konsequente Erlös- und Kostenfokussierung der Stabilitätsanker der Gruppe“, sagt Dr. Stephan Kranz, Vorstand der Wilh. Werhahn KG und verantwortlich für den Unternehmensbereich Baustoffe.

Geschäftsbereich Natursteine: Digitalisierungsstrategie fortgesetzt und Investitionen ausgeweitet

2025 verzeichnete der Geschäftsbereich Natursteine einen Umsatz von 1.649 Mio. € (2024: 1.687 Mio. €). Der Rückgang resultierte aus geringeren Absatzmengen sowohl bei Rohmaterial als auch bei Mischgut im In- und Ausland.

Der Geschäftsbereich investierte im vergangenen Jahr über 100 Mio. € in den Neubau verschiedener Gestein-Aufbereitungsanlagen und Asphaltmischanlagen sowie die CO₂-Reduktion der Anlagen. Zudem wurde die Eigenerzeugung erneuerbarer Energien weiter ausgebaut.

Mit der Einführung einer gruppenweiten Datenbank für Baustoffe konnte der operative Aufwand deutlich reduziert werden. Zudem wird die digitale Anbindung an den Kunden weiter ausgebaut. Kunden der Basalt AG können heute über ein eigenes Tool Abrufe tätigen und ihre Lieferungen nachverfolgen – bis hin zum Lieferschein und bald auch zum automatischen Rechnungsabruf.

Geschäftsbereich Natursteine: Strategische Akquisition Grandemar stärkt Marktposition

Im Rahmen der Auslandsstrategie hat der Geschäftsbereich Natursteine die Mehrheitsanteile der Grandemar SA in Rumänien erworben. Das Unternehmen ist Marktführer in West-Rumänien und betreibt dort fünf Steinbrüche. Mit der Akquisition stärkt der Geschäftsbereich ab dem Geschäftsjahr 2026 die regionale Präsenz in einem wichtigen weiteren ausländischen Wachstumsmarkt.

Geschäftsbereich Schiefer: Neue Produktionshalle in Betrieb genommen

Der Geschäftsbereich Schiefer erzielte 2025 einen Umsatz von 96 Mio. € und übertraf damit leicht den Vorjahreswert (2024: 95 Mio. €). Aufgrund der europaweit schwachen Hochbaukonjunktur wuchsen die Absatzmengen im In- und Ausland nicht, dennoch konnten die Erlöse erneut verbessert werden.

Am spanischen Produktionsstandort La Ponderosa wurde eine neue 4.200 Quadratmeter große Produktionshalle in Betrieb genommen. Die modernisierte Anlage mit Hochleistungssägen und zwei parallelen Fertigungslinien steigert den Materialertrag merklich. Die neue Halle ist die Grundlage für weitere produktionstechnische Innovationen. Gleichzeitig erhöht sich dadurch die Flexibilität und die Bandbreite verfügbarer Formate für den europäischen Markt.

Unternehmensbereich Konsumgüter: Transformation bei Zwilling Küche sowie erfolgreiche Premiumisierungsstrategie bei Zwilling Beauty

Der Unternehmensbereich Konsumgüter steigerte seinen Umsatz um 3,4 Prozent auf 969 Mio. € (2024: 938 Mio. €). Die Geschäftsbereiche Zwilling Küche und Zwilling Beauty verzeichneten Wachstum und profitierten von den strategischen Weichenstellungen der letzten Jahre. Die laufende Transformation bei Zwilling Küche macht sich bemerkbar.

„Der Unternehmensbereich Konsumgüter wird maßgeblich durch das Transformationsprogramm bei Zwilling Küche geprägt. Die Ausgangslage bleibt herausfordernd, doch die Maßnahmen zeigen erste Wirkung. Wir richten uns in vier Handlungsfeldern neu aus: Was wir verkaufen, wie wir produzieren, wie wir vermarkten und wie wir interne Strukturen und Prozesse gestalten. Der Auftritt bei der internationalen Fachmesse Ambiente im Februar 2026 markierte einen Meilenstein. Zwilling präsentiert sich neu – moderner, schärfer, stärker. Gleichzeitig verfolgt Zwilling Beauty die Premiumisierungsstrategie konsequent weiter“, so Gerrit Schneider, Vorständin der Wilh. Werhahn KG und verantwortlich für den Unternehmensbereich Konsumgüter.

Geschäftsbereich Zwilling Küche: Transformation mit erster Wirkung

Der Geschäftsbereich Zwilling Küche erzielte 2025 einen Umsatz von 855 Mio. € und übertraf damit den Vorjahreswert (2024: 830 Mio. €). In nahezu allen Regionen konnte ein Umsatzplus verzeichnet werden – besonders gut entwickelten sich die Märkte in den USA und China.

Mit einem Transformationsprogramm hat der Geschäftsbereich Zwilling Küche die strategische Weiterentwicklung konsequent vorangetrieben. Das Programm fokussiert sich auf die Kernsegmente Schneidwaren und Kochgeschirr und strafft das Produktportfolio gezielt. Das Profil der Premiummarken ZWILLING, STAUB, MYABI und DEMEYERE wird dadurch deutlich gestärkt. Beim Verzicht auf PFAS (per- und polyfluorierte Alkylsubstanzen) geht Zwilling Küche entschlossen voran: Bereits ab April 2026 wurde die Produktion von PFAS-beschichtetem Kochgeschirr eingestellt. Bis Ende 2027 soll das globale Kochgeschirrsortiment komplett auf keramikbeschichtetes beziehungsweise unbeschichtetes Kochgeschirr umgestellt werden. Gleichzeitig wird die Organisation neu ausgerichtet: Prozesse vereinfacht, Verantwortlichkeiten klarer definiert und Entscheidungswege verkürzt. Zwilling Küche zentralisiert die europäische Logistik und investiert in die Modernisierung der Gießerei STAUB in Merville, Frankreich.

Geschäftsbereich Zwilling Beauty: Premiumisierungsstrategie erfolgreich

Der Geschäftsbereich Zwilling Beauty steigerte 2025 den Umsatz spürbar auf 122 Mio. € (2024: 117 Mio. €). Besonders starkes Wachstum wurde im US-Markt mit der Marke TWEEZERMANN verzeichnet. Auch Deutschland, China und weitere Regionen lieferten positive Impulse. Ausschlaggebend für die positive Entwicklung ist die konsequente Umsetzung der Premiumisierungsstrategie.

Das starke Wachstum bei der Marke TWEEZERMAN begründet die Investition von über 10 Mio. US-Dollar zwischen 2023 und 2025 in die Modernisierung und Erweiterung des TWEEZERMAN-Standorts in Port Washington. Dies ist die größte Einzelinvestition von Zwilling Beauty.

Unternehmensbereich Finanzdienstleistungen: Geprägt von herausforderndem wirtschaftlichem Umfeld und Transformation bei abcfinance

Der Unternehmensbereich Finanzdienstleistungen erzielte einen Umsatz von 2.050 Mio. € (2024: 2.072 Mio. €). Das herausfordernde wirtschaftliche Umfeld für Privathaushalte und den gewerblichen Bereich mit steigenden Unternehmensinsolvenzen belastet die Ertragslage vor allem durch erhöhte Risikoaufwendungen. Dennoch zeigt sich in beiden Geschäftsbereichen abcfinance und Bank11 eine positive Entwicklung der Zins- und Provisionsmargen. Der Geschäftsbereich abcfinance durchläuft ein umfangreiches Transformationsprogramm.

„Im Unternehmensbereich Finanzdienstleistungen zeigt sich eine differenzierte Entwicklung. Wir optimieren beide Geschäftsbereiche entlang der drei Dimensionen Rohertrag, Kosten und Risiko – systematisch und zielgerichtet. abcfinance befindet sich mitten in einer konsequenten Transformation zur Steigerung von Wettbewerbsfähigkeit und Profitabilität. Das Programm ist mehr als ein Restrukturierungsprogramm – es ist die strategische Neuausrichtung des gesamten Geschäfts, konsequent vom Kunden gedacht, auf profitable Kundensegmente fokussiert und auf digitale Prozesse mit modernisierten IT-Plattformen ausgerichtet. Bank11 zeigt wiederholt eine positive Entwicklung beim Neugeschäft und hat die Cost-Income-Ratio durch vielfältige Effizienzmaßnahmen deutlich gesenkt. Wir steuern proaktiv gegen steigende Kreditausfälle. Insgesamt stellen sowohl abcfinance als auch Bank11 die Belastbarkeit ihrer Geschäftsmodelle unter Beweis“, erläutert Alexander Boldyreff, Vorstand der Wilh. Werhahn KG und verantwortlich für den Unternehmensbereich Finanzdienstleistungen.

Geschäftsbereich abcfinance: Weiter auf Transformationskurs

Der Geschäftsbereich abcfinance verzeichnete 2025 einen Umsatz von 1.491 Mio. € (2024: 1.572 Mio. €). Das Ergebnis der abcfinance wird durch das Transformationsprogramm und den Restrukturierungsaufwand sowie erheblich gestiegene Risikovorsorge belastet.

Der Geschäftsbereich setzte seinen Transformationskurs konsequent fort. Die Organisation wurde stringent auf spezifische Kundenbedürfnisse von Mittelstandsunternehmen zugeschnitten und die Inlandsaktivitäten in die drei unternehmerisch eigenständigen Geschäftsfelder Investitionsfinanzierung, Absatzfinanzierung und Factoring überführt.

Im November 2025 erfolgte mit der Migration auf eine neue, modulare ERP-Architektur ein wichtiger Meilenstein. Das technologische Herzstück wird dadurch von einem monolithischen System auf eine App-basierte Struktur umgestellt.

Geschäftsbereich Bank11: Neugeschäft signifikant gesteigert

Der Geschäftsbereich Bank11 steigerte 2025 den Umsatz auf 559 Mio. € (2024: 500 Mio. €). Ein wesentlicher Treiber dabei war das signifikante Wachstum beim Neugeschäft auf 4,2 Mrd. € (2024: 3,8 Mrd. €). Auch die Zahl der Handelspartner konnte um 1.500 auf 22.200 erhöht werden. Das zeigt wiederholt, wie leistungsfähig das Angebot von Bank11 ist. Ebenso wird dadurch die Akzeptanz bei Partnern und Kunden belegt.

Die Digitalisierung des Geschäftsbereichs Bank11 wird weiter vorangetrieben. Zahlreiche Initiativen haben die digitalen Angebote mit spürbarem Kundennutzen ergänzt und ermöglichen nahtlose digitale Kundenerlebnisse. Unter anderem wurde eine neue Banking App für Privatanleger mit zahlreichen smarten Funktionen gelauncht. Gleichzeitig arbeitet der Geschäftsbereich Bank11 kontinuierlich daran, die Effizienz weiter zu verbessern. So konnte die Cost-Income-Ratio deutlich gesenkt werden. Auf der Refinanzierungsseite platzierte Bank11 erneut erfolgreich zwei Verbriefungstransaktionen mit einem Volumen von insgesamt 1,1 Mrd. € am Kapitalmarkt, denen eine hohe Nachfrage gegenüberstand.

Ausblick 2026: Zuversicht durch bewussten Umgang mit Risiken und klare Wachstumschancen

Für das Geschäftsjahr 2026 erwartet die Werhahn-Gruppe einen Umsatz leicht über dem Vorjahresniveau. Das operative Ergebnis (EBITA) und das Ergebnis vor Steuern werden sich voraussichtlich deutlich verbessern.

„Die konjunkturellen Rahmenparameter bleiben weltweit herausfordernd. Handelskonflikte und geopolitische Entwicklungen belasten nach wie vor das globale Wachstum. Wir gehen davon aus, dass sich das vor allem in den wirtschaftlichen Verhältnissen unserer Kunden und Abnehmer sowie in unseren eigenen Kostenstrukturen widerspiegeln wird. Konjunkturelle Unsicherheiten und eine sich verändernde Zinslandschaft belasten die Geschäftsbereiche der Werhahn-Gruppe unterschiedlich stark. Allerdings sehen wir uns durch ergriffene Maßnahmen und die voranschreitende Transformation in einzelnen Geschäftsbereichen für die Zukunft gut aufgestellt. Mit unserem diversifizierten Portfolio und hoher Wachsamkeit werden wir auch in diesem herausfordernden Umfeld weiter erfolgreich bestehen können“, sagt Andreas König, Vorstand der Wilh. Werhahn KG und verantwortlich für den Bereich Finanzen.

Über die Werhahn-Gruppe

Die Werhahn-Gruppe ist ein vor über 180 Jahren gegründetes Familienunternehmen mit Sitz in Neuss. Mit einem Umsatz von rund 4,8 Mrd. € (2025) ist die Gruppe in drei Unternehmensbereichen im In- und Ausland tätig: Baustoffe mit Natursteine und Schiefer (Umsatz 2025: 1,7 Mrd. €), Konsumgüter mit Zwilling Küche und Zwilling Beauty (Umsatz 2025: 969 Mio. €) sowie Finanzdienstleistungen mit abcfinance und Bank11 (Umsatz 2025: 2,1 Mrd. €). In den Gesellschaften des mittelständisch geprägten Familienunternehmens sind weltweit über 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt.

Pressekontakt

Anna Lena Kleine

H/Advisors Gauly

0151 62 85 92 52

annalena.kleine@h-advisors.global