

## Werhahn erneut mit erfolgreicher Entwicklung im Geschäftsjahr 2021

- Konsumgüter: erneute Umsatzsteigerung auf Rekordniveau
- Finanzdienstleistungen: Wachstum setzt sich deutlich fort
- Baustoffe: Umsatz entwickelt sich in schwieriger Marktlage über Vorjahresniveau

**Neuss, 29.06.2022** – Die Werhahn-Gruppe blickt auf ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr 2021. Alle Unternehmensbereiche entwickelten sich erneut positiv mit einem insgesamt deutlichen Umsatzplus. Der Unternehmensbereich Konsumgüter konnte ein Wachstum auf Rekordniveau vorweisen. Ebenso erzielte der Unternehmensbereich Finanzdienstleistungen ein deutlich gesteigertes Wachstum. Im Unternehmensbereich Baustoffe nahm der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr auf hohem Niveau leicht zu. Mit einem konsolidierten Umsatz der Werhahn-Gruppe von 4,0 Mrd. € konnte im Geschäftsjahr 2021 ein spürbares Umsatzplus von insgesamt 7 % im Vergleich zum Vorjahr erreicht werden. Der in der Werhahn-Gruppe erwirtschaftete Auslandsanteil des Umsatzes stieg mit 1,4 Mrd. € signifikant an.

Die Bilanzsumme stieg um über 1 Mrd. € auf insgesamt 11,5 Mrd. € an. Das Eigenkapital nahm im Vergleich zu 2020 um 98 Mio. € zu und liegt bei gut 2 Mrd. €. Das Ergebnis vor Steuern lag mit 212 Mio. € deutlich über dem Vorjahreswert.

Paolo Dell' Antonio, Sprecher des Vorstands der Werhahn-Gruppe, zeigte sich erneut zufrieden: „Die Geschäftsbereiche der Werhahn-Gruppe haben sich auch im zweiten Corona-Jahr gut bzw. deutlich besser als erwartet entwickelt. Dabei haben sie sich in der pandemiebedingt durchweg herausfordernden geschäftlichen Situation leistungsfähig gezeigt. Diversität in den Geschäftsbereichen, Expertise und Engagement der Mitarbeitenden sowie finanzielle Stabilität begründen diese Resilienz. Dazu kommt als maßgeblicher Faktor das permanente Weiterdenken der Geschäftsaktivitäten, verbunden mit Innovationskraft und Unternehmertum. Diese Fähigkeiten haben sich in den Märkten erneut als vorteilhaft erwiesen.“

### Die Unternehmensbereiche mit ihren Geschäftsbereichen im Einzelnen

#### **Baustoffe: Natursteine**

In einem insgesamt rückläufigen, durch die Pandemie belasteten Markt stieg der Umsatz des Geschäftsbereichs Natursteine im Vergleich zum Vorjahr moderat um 1,2 % auf 1,3 Mrd. €.

Der Absatz von Rohmaterial verringerte sich in 2021 leicht, wobei im Ausland der hohe Wert des Vorjahres spürbar übertroffen wurde. Geringere Ausschreibungen der öffentlichen

Hand sorgten für einen intensivierten Wettbewerb. Dadurch blieb der Absatz von Mischgut moderat hinter dem Vorjahreswert zurück. Der öffentliche Straßenbau in Deutschland stockte auch im zweiten Corona-Jahr, im Gegensatz zum Ausland, erheblich. Zudem führten deutlich gestiegene Energie- und Bitumenpreise, dem mit Abstand wichtigsten Einsatzstoff bei der Asphaltproduktion, zu spürbar höheren Beschaffungskosten.

Bei der Digitalisierung seiner Geschäftsprozesse hat der Geschäftsbereich Natursteine ein wichtiges Etappenziel erreicht und mit dem Kundenportal BAG Cockpit sowie der BAG ON SITE App die Echtzeitkommunikation zwischen Mischwerk und Baustelle am Markt erfolgreich eingerichtet.

### **Baustoffe: Schiefer**

Der Umsatz des Geschäftsbereichs Schiefer übertraf mit 77 Mio. € das Vorjahresniveau spürbar. Treiber war vor allem die hohe Nachfrage aus dem Ausland. Auch der Umsatz im Inland verzeichnete einen leichten Anstieg, obwohl die angespannte Transportsituation stellenweise zu Engpässen in der Versorgung führte.

Im Markt hat der Baustoff Schiefer an Attraktivität gewonnen. Der Geschäftsbereich profitierte von einer deutlichen Belebung im Bereich der Gebäudesanierungen. Bei vielen Hausbesitzern wächst das Bewusstsein, mit Schiefer ein nachhaltiges und langlebiges Naturprodukt einzusetzen, das eine vergleichsweise gute Klimabilanz gegenüber vielen anderen Dach- und Fassadenbaustoffen aufweist.

### **Konsumgüter: Zwilling Küche**

Der Geschäftsbereich Zwilling Küche konnte 2021 einen neuen Rekordumsatz von 878 Mio. € erzielen. ZWILLING hat durch Sortimentsverjüngung, den Eintritt in neue Geschäftsfelder sowie durch direkte Ansprache der Endkonsumenten seine Marktposition als Premium-Anbieter nachhaltig ausbauen können. Treiber waren insbesondere das erfolgreiche Multichannel-Konzept sowie die Vermarktung der Elektrokleingeräte von ZWILLING ENFINIGY und des Vakuu-miersystems FRESH & SAVE. Das Online-Geschäft machte in 2021 40 % vom Gesamtumsatz aus. Das Direct-to-Consumer Business wurde durch zusätzliche Shop-Eröffnungen ausgebaut.

Neben den Online-Kanälen entwickelten sich in 2021 insbesondere der Bereich Self Service Retail und der hochwertige Fachhandel außerordentlich gut. Durch starkes Wachstum im Online-Geschäft gelang es, den Umsatzanteil in Europa auf nunmehr 33 % zu steigern. In Deutschland haben dabei die unterjährig getätigten Mehrheitsbeteiligungen im Bereich Barbecue – bei dem führenden Grillfachhändler SANTOS und bei dem Profianbieter FLAMM-KRAFT – den Umsatz sichtbar positiv beeinflusst. In China ist ZWILLING als globale Marke etabliert und in diesem Markt in 2021 zweistellig gewachsen. In Japan sorgten insbesondere der stationäre Handel sowie das Katalog-Geschäft für einen erhöhten Umsatz. In Nordamerika konnte der Geschäftsbereich ebenfalls ein kräftiges Wachstum verzeichnen.

**Konsumgüter: Zwilling Beauty Group**

Der Umsatz des Geschäftsbereichs übertraf mit 97 Mio. € den Vorjahreswert erheblich. In den USA, dem mit Abstand wichtigsten Markt, profitierte der Geschäftsbereich neben erneut höheren Online-Verkäufen auch davon, dass Premium Retailer 2021 nicht im Lockdown waren. Positive Effekte hatten darüber hinaus der Corona-bedingt anhaltende Do-it-yourself-Trend. Viele Haushalte verfügten nicht über das Equipment zur Maniküre und Pediküre und investierten entsprechend in eine Erstausrüstung. Aufgrund eines frühzeitigen Bestandsaufbaus konnte Zwilling Beauty die Kunden jederzeit mit einer zuverlässigen Lieferfähigkeit bedienen.

**Finanzdienstleistungen: abcfinance**

Der Geschäftsbereich abcfinance konnte trotz anhaltend hoher Unsicherheit in der Kundennachfrage, gebremster Investitionsbereitschaft und Störungen in den globalen Lieferketten die Geschäftsfelder Leasing und Factoring erfolgreich weiterentwickeln. Im Geschäftsbereich Leasing konnte ein Neugeschäft in Höhe von 1,2 Mrd. € nahezu auf Vor-Corona-Niveau erzielt werden. Damit wuchs die Gruppe um 5 % über dem Branchendurchschnitt.

Das Geschäftsfeld Factoring entwickelte sich ebenfalls deutlich stärker als der Markt, und das Volumen übertraf mit 4,2 Mrd. € die bisherige Bestmarke von 2019 in Höhe von 3,6 Mrd. € deutlich. Dabei profitierte der Bereich von einem deutlich gestiegenen Interesse des deutschen Mittelstands an der Form der sicheren Umsatzfinanzierung. Viele Unternehmen nutzten Factoring als resiliente Finanzierungsform in ökonomischen Krisenzeiten und beschafften sich durch den Verkauf von Forderungen kurzfristig Liquidität.

**Finanzdienstleistungen: Bank11**

Der deutsche Kfz-Handel brach mit einem Minus von 10,1 % bei Neuzulassungen auf 2,6 Mio. Pkw gegenüber 2020 deutlich ein. Bank11 erwies sich in diesem herausfordernden Umfeld als verlässlicher Finanzierungspartner, stellte sich deutlich gegen diesen Trend und baute seinen Marktanteil sogar aus. Das Neugeschäft wuchs auf 3,1 Mrd. €, das Kreditvolumen stieg um 17,0 % und mit deutschlandweit ca. 16.200 Partnerhändlern steigerte Bank11 diese Zahl allein im letzten Jahr um ca. 1.500. Erneut profitierte der Geschäftsbereich von seinem operativ optimal ausgebauten Online-Vertrieb bei konsequenter Kundennähe und überzeugte im Markt mit schnellen, digitalen Prozessen und innovativen Produkten.

Wichtige Kooperationen, wie z.B. mit dem ADAC im Bereich Fahrzeugfinanzierung oder erfolgreiche Produktentwicklungen, wie die 2020 gelaunchte Auto-Abo-Plattform „smive.de“, zeigen die Bandbreite der jungen Autobank. Jedoch nicht nur im Bereich Kfz-Handel spielte Bank11 erneut ihre Stärken aus. Auch den Passivbereich konnte Bank11 in Bezug auf Kundenanzahl und Anlagevolumen deutlich steigern. Darüber hinaus baute Bank11 den Bereich Partnerbanking aus und bietet mit „Vitus“ eine maßgeschneiderte White Label Lösung für eine voll-digitale Antragsstrecke für Konsumentenkredite.

## **Digitale und innovative Geschäftsmodelle**

### **Yareto**

In dem weiterhin rückläufigen Automobilabsatzmarkt konnte Yareto seine Marktposition als führendes Kreditvergleichsportal für den deutschen Kfz-Handel 2021 weiter festigen. Trotz deutlich geringerer Neuzulassungen konnte das vermittelte Kreditvolumen mit rund 300 Mio. € auf dem Vorjahresniveau gehalten werden. Die Anzahl der Händler und Finanzierungspartner konnte erneut ausgebaut werden. Jeder dritte Kfz-Händler in Deutschland ist mittlerweile auf der Plattform registriert. Zusammen mit dem Finanzierungspartner ING Bank wurde 2021 erfolgreich ein neues System mit qualifizierter elektronischer Signatur (QES) für eine digitale Autokreditanfrage pilotiert.

### **abcfinlab**

Der im Jahr 2018 als Entwickler digitaler Finanzprodukte gegründeten abcfinlab GmbH gelang es im vergangenen Jahr die beiden volldigitalen Produkte „Lease Seven“ und „Cashfox“ im Markt erfolgreich auszubauen. Die Applikation Lease Seven für den Abschluss von Leasingverträgen in nur 10 Minuten ist ein Wachstums- und Effizienztreiber. 10 % des Neugeschäfts der abcfinance wurde im ersten Jahr über die Lease Seven-Anwendung generiert. Die smarte Factoringlösung "Cashfox" für Kleinstunternehmer und Selbständige sichert Liquidität durch den digitalen Verkauf ihrer Rechnungen.

### **FiberLean Technologies**

Mit FiberLean Technologies (FLT) übernahm die Werhahn-Gruppe 2021 einen der weltweit führenden Hersteller von innovativen Verbundwerkstoffen aus mikrofibrillierter Cellulose (MFC), einem wichtigen Werkstoff für die Kreislaufwirtschaft. FiberLean® MFC ermöglicht, neben dem ursprünglichen Einsatzbereich für die Papier- und Verpackungsindustrie, weitere industrielle Anwendungen, beispielsweise in der Lebensmittel- und Baustoffindustrie, mit weltweit nahezu 500 Patenten. In 2021 erfolgte die gesellschaftsrechtliche und organisatorische Integration von FiberLean Technologies in die Werhahn-Gruppe.

### **Ausblick 2022**

Infolge der aktuellen geopolitischen Lage und der wirtschaftlichen Folgen durch die anhaltende Corona-Pandemie und den Ukraine-Krieg ist eine belastbare Planung derzeit kaum möglich. Die ansteigende Inflation und die konjunkturelle Eintrübung sorgen für unsichere Perspektiven in den Märkten. Aufgrund ihres strategisch diversifizierten Portfolios und der soliden Wachstumsdynamik in den Geschäftsbereichen sieht sich die Werhahn-Gruppe grundsätzlich gut aufgestellt und blickt gewappnet, aber mit Bedacht, in die Zukunft. Insgesamt wird ein moderater Rückgang des Geschäfts erwartet.

**Über die Werhahn-Gruppe**

Die Wilh. Werhahn KG wurde vor über 180 Jahren als diversifiziertes Familienunternehmen gegründet. Heute betreibt die Unternehmensgruppe vielfältige Aktivitäten im In- und Ausland in den Unternehmensbereichen Baustoffe (Natursteine, Schiefer), Konsumgüter (Zwilling Küche, Zwilling Beauty Group) und Finanzdienstleistungen (abcfinance, Bank11, Yareto) sowie seit 2021 mit dem neuen Unternehmen Fiber-Lean Technologies. In den Gesellschaften des mittelständisch geprägten Familienunternehmens sind weltweit ca. 10.000 Mitarbeiter beschäftigt.

**Pressekontakt**

Dr. Kai-Nils Eicke

DJM Communication GmbH

0211 / 90223793

0173/ 1761819

k.eicke@djm-com.de